

0 ABSTRACT

#FILOSOFIA
#CONEIXEMENT
#CINEMA FILOSOFIC
#ARTICLES FILOSOFIA
#APRENDRE FILOSOFIA

Sofia es un projecte digital que neix amb l'objectiu de fer més accessible i entenedora la filosofia.

Consisteix en una plataforma digital web i mòbil, dirigida a persones amb un nivell cultural mitjà-alt però que no necessàriament són expertes en la matèria, sinó més aviat, curioses.

La plataforma és pensada com dues parts, una més acadèmica on hi ha informació més concreta vinculada amb recursos audiovisuals, i la segona, la part dels articles, amb una actitud més divulgativa, on els conceptes i les idees es relacionen.

És complementada amb les xarxes socials que ajuden a la difusió dels continguts i a la atracció del públic.

#FILOSOFIA
#CONOCIMIENTO
#CINEMA FILOSOFICO
#ARTICULOS FILOSOFIA
#APRENDER FILOSOFIA

Sofia es un proyecto digital que nace con el objetivo de hacer más accesible i comprensible la filosofía.

Consiste en una plataforma digital web i mòbil, dirigida a personas con un nivel cultural medio-alto pero que no necesariamente son expertas en la materia, sinó más bien, curiosas.

La plataforma és pensada en dos partes, la primera parte más académica donde está la información más concreta, vinculada con recursos audiovisuales. I la segunda, la parte de los artículos, con una actitud más divulgativa, donde los conceptos y las ideas se relacionan.

Es complementada con las redes sociales que ayudarán a la difusión de los contenidos y servirán para atraer la atención del público.

#PHILOSOPHY
#KNOWLEDGE
#PHILOSOPHIC CINEMA
#PHILOSOPHY ARTICLES
#LEARN PHILOSOPHY

Sofia is a digital project born with the goal to approach philosophy and make it more understandable.

Consists in a digital platform, in both desktop and mobile, addressed to medium-high cultural level but who not necessary are experts in the subject, but rather curious.

The platform is structured in two parts. The first one much more academical, where there is more specific information related to audiovisual content. The second part, where the articles are, it is more divulgative, where the concepts and ideas are related.

Is complemented with social network that helps with diffusion of the contents and at the same time it is an attraction for the public.

ÍNDEX

0 - ABSTRACT

1 - INTRODUCCIÓ

1.1- Tema	5
1.2- Context	5
1.3- Objectius	6
1.4- Repte de disseny	6
1.5- Usuari	7
1.6- Client	7
1.7- Continguts	7

2 - PROCÉS DE TREBALL

2.1- Plantejament	9
2.2- Conceptualització	9
2.3- Recerca i recopilació de contingut	9
2.4- Disseny	9
2.3- Producció	9

3 - ANÀLISI DE REFERENTS

3.1- Temàtics	11
3.2- Web i usabilitat	15
3.3- Disseny	25
3.4- Comunicació	36

4 - MEMÒRIA DESCRIPTIVA

4.1- Concepte de disseny	44
4.2- Naming i logotip	45
4.3- Tipografia	46
4.4- To de veu i estil del llenguatge	47
4.5- Direcció d'art	48
4.6- Retícula i wireframes	49
4.7- Estructura continguts	51
4.8- Elements de navegació	53

5 - MEMÒRIA PRODUCTIVA

5.1- Home	55
5.2- Sistema de cerca	56
5.3- Pàgina autor i concepte	57
5.4- Articles i tractament	58
5.5- Estratègia de comunicació	60
5.6- Mòbil	61
5.7- Peces comunicació impresa	62
5.8- Xarxes socials: instagram	63

6 - CONCLUSIONS

6.1- Viabilitat	65
6.2- Comunicació	65
6.3- Disseny	65
6.4- Vies de continuïtat	65

7 - BIBLIOGRAFIA

8 - AGRAÏMENTS

1 INTRODUCCIÓ

1.1 TEMA

El tema a tractar és la filosofia i com fer-la més accessible i entenedora a aquella gent que no sol llegir text filosòfic. Es lliga amb el saber quotidià, amb l'actualitat i els diferents interessos d'avui en dia, a través de contingut audiovisual i de lectura.

1.2 CONTEXT

És molta la gent que desconeix a fons la filosofia i no és capaç d'aplicar-la a la seva vida i als seus problemes diaris.

Moltes vegades no és qüestió d'interès sinó d'accessibilitat: el llenguatge utilitzat o el coneixement previ que permetria una millor comprensió del tema.

En aquest temps que es tendeix a consumir-ho tot ràpidament, no es dedica temps a profunditzar en aquest tipus de conceptes i estudis. És per això que ha de ser una plataforma senzilla, amb contingut clar i bàsic, amb la possibilitat d'extendre-ho, però no obligatoriament.

S'ha d'acotar més la necessitat i la implementació. Tot i que es podria adaptar com a plataforma educativa, té un caràcter d'utilització més de consulta i d'interès divers.

1.3 OBJECTIUS

Apropar la filosofia a gent que no hi està relacionada o especialitzada, sense necessitat d'un coneixement extens o previ, sense endinsar-se extremadament al tema. Ser capaç de relacionar els problemes diaris i referents culturals i artístics amb coneixement filosòfic de més pes, lligat amb autors i corrents de pensament.

Els objectius del treball s'han d'adaptar al fet que el públic al qui va dirigit no parteix d'un coneixement extens o previ, sinó tenen només un interès i curiositat per la cultura general, la filosofia i el saber.

S'ha de crear una plataforma amb una fàcil navegació i usabilitat, afegint la dificultat del tema i de la multitud de camins possibles degut a la quantitat d'informació, que es resoldrà a través de *tags* o etiquetes.

1.4 REpte DE DIsseny

Un dels reptes més grans de disseny és l'organització de la informació i dels conceptes filosòfics. Això interfereix en l'estructura de la plataforma, els grans blocs que s'han de posar, la manera com funcionarà la recerca, els recorreguts que es faràn, la manera com es comunicaran els conceptes, etc. Els reptes de disseny doncs seràn:

- Organització de la informació
- Desenvolupar una plataforma amb bona usabilitat.
- Simplificar el llenguatge filosòfic.
- Fer un disseny a la vegada simple però atractiu, que no eclipsi el contingut.

1.5 USUARI

L'usuari pot ser molt divers. Gent que té un interès en el pensament i la filosofia, que vol descobrir una nova manera de fer i crear pensament. Més concretament ens centrem en gent amb interessos diversos, que consumeixen cultura d'una manera diària, ja sigui per la seva feina o per la seva curiositat, i que volen recolzar els seus coneixements amb filosofia i diferents punts de vista del pensament.

Entenem que el públic objectiu no serà l'especialitzat en filosofia pròpiament, ja que la informació no serà presentada molt extensament a la mateixa plataforma, sinó d'una manera resumida i, en certs apartats, amb un toc divulgatiu.

També és un bon sistema per conèixer contingut audiovisual de qualitat d'on indirectament podem aprendre de filosofia.

1.6 CLIENT

El client per ara no està definit com un específic, ja que és un projecte personal. De cares a quan estigui finalitzat es podria presentar a alguna institució de filosofia que recolzés el projecte i el vulgués portar a terme, com podria fer l'institut d'Humanitats del CCCB, el departament de filosofia i arts de la UB, etc.

1.7 CONTINGUTS

Les possibles aplicacions a dur a terme al treball són varies:

- Una pàgina web
- L'aplicació mòbil
- Xarxes socials
- Campanya de comunicació de la plataforma, tant digital com gràfica.

També s'ha de plantejar treballar el to de veu, la direcció d'art i el tractament de la imatge del contingut que es penja a la plataforma.

2 PROCÉS DE TREBALL

2.1 PLANTEJAMENT

La primera idea del projecte és crear un sistema mitjançant el llenguatge, la usabilitat i el disseny gràfic que facilitin el contacte amb temes filosòfics.

Cal que sigui atractiu ja que el tema d'entrada és seriós i difícil d'accedir i ens diferenciem del to de les publicacions i blogs de filosofia existents.

Degut a que el contingut és molt extens i feixuc, només es podrà simplificar fins a cert punt, ja que sinó el text es banalitza o només se'n donen algunes pinzellades insuficients.

2.2 CONCEPTUALITZACIÓ

Es parteix de la idea del diàleg filosòfic per crear un llenguatge fàcil i entenedor.

2.3 RECERCA I RECOPILOCACIÓ DEL CONTINGUT

La recerca de continguts fins i tot ha sigut un repte per nosaltres. És un tema que requereix de molt coneixement i ajuda externa. Tot i així, entrant en temàtica ens en adonem que la complexitat recau en què hi ha molta quantitat de material i que tot està relacionat. Analitzant els referents ens adonem que aquest punt relacional ha de ser una part important del treball.

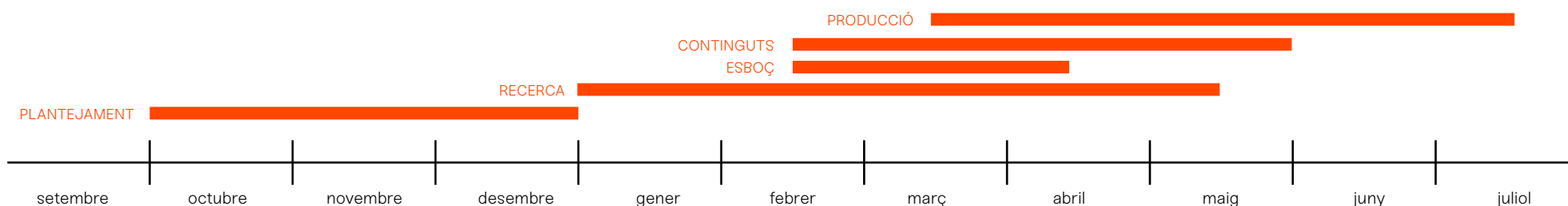
El contingut s'ha recopilat amb la premissa de la relació per demostrar a la pàgina web un recorregut de les idees. La temàtica va variant així com ho fan els autors però es parteix d'articles que són o han sigut d'interès general.

2.4 DISSENY

Pel disseny s'optarà per una formalització que no sobrepassi els continguts, però afavoreixi la lectura, la organització de les idees i la comprensió de la plataforma i dels continguts.

2.5 PRODUCCIÓ

La producció conté el prototip de la pàgina web amb exemples d'autors i d'articles. A més, ho recolzem amb la creació de la comunicació del projecte a través de les xarxes socials i material de promoció.



3 ANÀLISI DE REFERENTS TEMÀTICS

NEW PHILOSOPHER

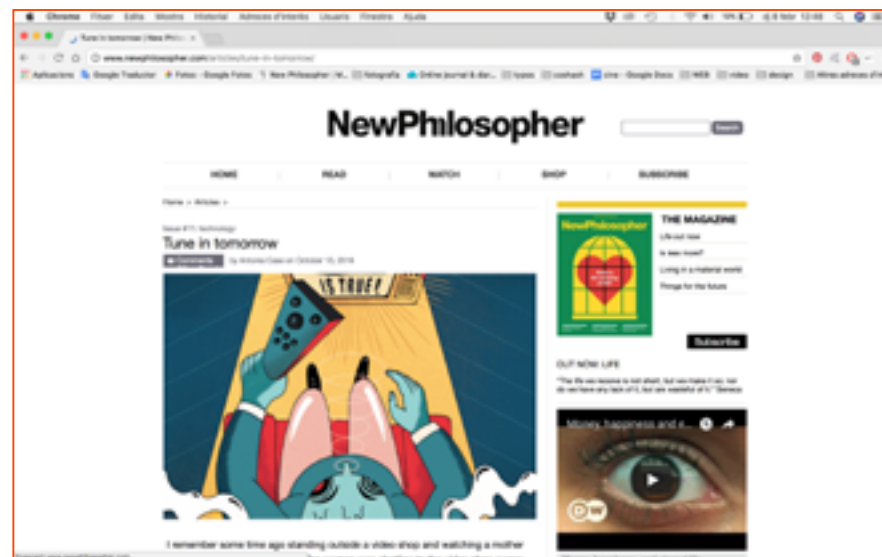
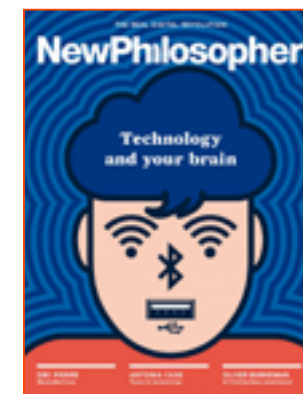
NewPhilosopher és l'únic referent editorial de filosofia que es presenta.

La filosofia hi és tractada d'una manera més cotidiana. Exposen notícies i articles d'interès per persones curioses que no obligatoriament tenen un nivell de coneixement filosòfic alt. La temàtica és diversa i es barreja el pensament amb problemàtiques diàries, donant solucions o maneres de veure la vida. Mitjançant un llenguatge fàcil fa que la filosofia sigui accessible per a tothom.

La versió en paper té un disseny molt visual, cosa que fa que la lectura sigui fluida i entretinguda. Per les portades s'ha triat una il·lustració bastant gràfica i minimalista, amb el color com element predominant.

La pàgina web està bé perquè hi ha igualment els articles i una altra part amb vídeos de recollament, a vegades relacionats amb els articles i a vegades de contingut nou. Són enllaços externs. De totes maneres segueix la estructura d'un blog, que ho fa molt funcional però no mantén gaire l'atenció ni les ganes d'investigar.

disseny de Studio Carreras
<http://studiocarreras.com/>
<http://www.newphilosopher.com/>



EXISTENTIAL COMICS

La pàgina web Existential Comics tracta la filosofia des de l'humor. Creen tires de comic sobre situacions gracioses al voltant d'un tema filosòfic. Els protagonistes son els propis filòsofs. Pengen les tires regularment i tu pots veure-les per ordre o de manera aleatòria. També tenen un arxiu on pots buscar segons els teus interessos. El còmic fa que sigui més fàcil de posar en context una problemàtica però també ho banalitza.

www.existentialcomics.com



DEAD PHILOSOPHERS IN HEAVEN

Molt semblant al referent anterior. És una pàgina que es vertebra a través de les tires comiques sobre filosofia. Aquí s'utilitza el recurs fotogràfic. A la part inferior hi ha una explicació sobre el tema de la tira i al ser un blog, la gent pot comentar.

www.dead-philosophers.com



RAMON ALCOBERRO

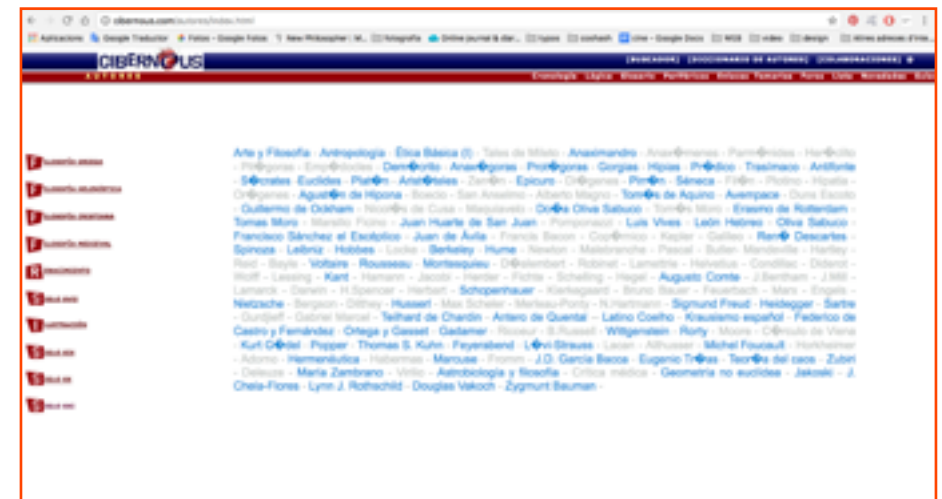
Ramon Alcoberro és un professor de filosofia que s'ha dedicat a resumir temes perquè els estudiants puguin entendre amb poques paraules els grans conceptes. Però ens trobem amb el mateix de sempre, el disseny és pràcticament inexistent i la usabilitat també. El buscador, un dels punts més necessaris en una pàgina així, funciona amb el google, cosa que tampoc ajuda a la usabilitat. Tot això fa que la experiència es redueixi a llegir i no sigui fàcil relacionar conceptes i moure't pel contingut.

www.alcoberro.info



ALTRES PÀGINES WEB DE FILOSOFIA

Hi ha moltes altres pàgines web a internet sobre filosofia, que son un gran recull d'informació. Aquestes pàgines no estan en absolut dissenyades i serveixen purament per buscar informació concreta per gent que segurament coneix i sap que podran trobar-ho fàcilment. Apareixen en format blog, moltes vegades sense buscador, sense fotos, sense jerarquia. En general la usabilitat i l'experiència és bastant dolenta. Al no tenir conceptes relacionats fa que tampoc no et presenti conceptes nous i que sigui difícil descobrir d'altre contingut.



3 ANÀLISI DE REFERENTS DE WEB I USABILITAT

WIKIPEDIA

Un dels referents principal de la plataforma i del sistema de coneixement és la Wikipedia. Funciona amb contingut agregat pels usuaris directament, cosa que fa que a vegades no sigui del tot fiable com a font.

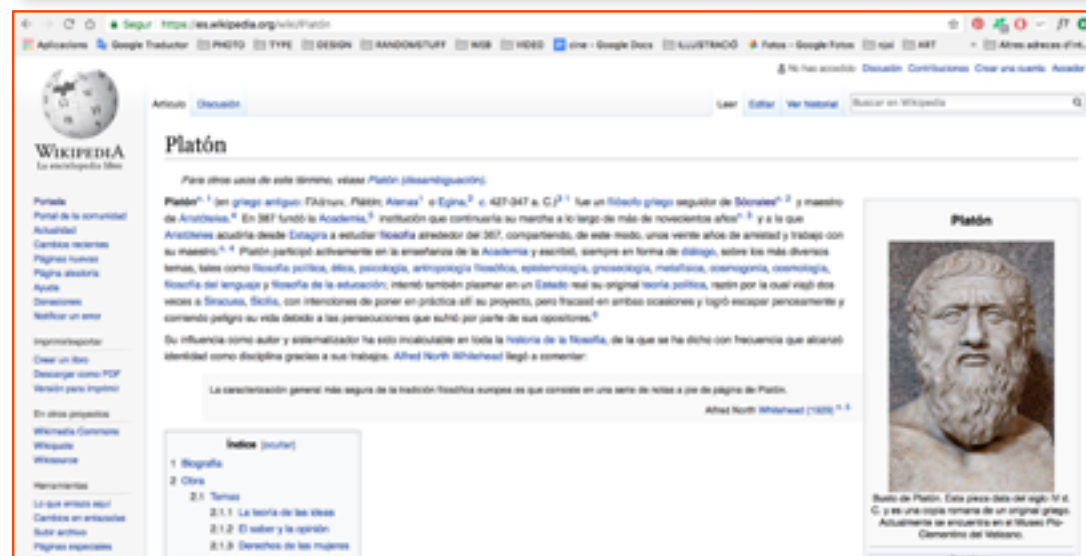
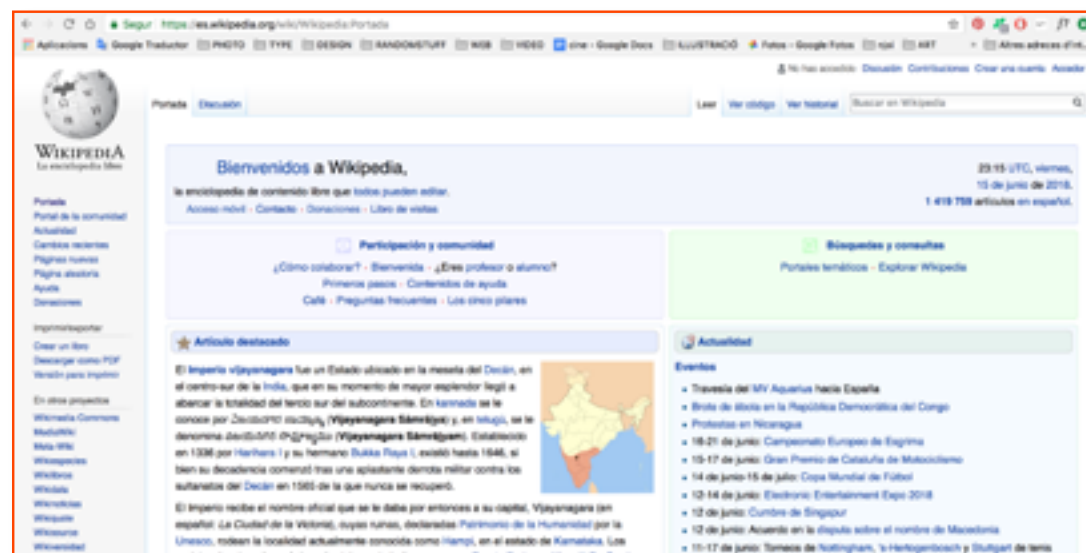
Com a disseny, és sobri, senzill, monóton i fins i tot avorrit. A part dels links destacats (que significa que tenen una pàgina explicativa), no hi ha destacats de contingut o per atraure l'atenció. La lectura es fa feixuga perquè no té ritme ni pràcticament jerarquies.

No presenta links a d'altre contingut on es pugui trobar més informació o links a esdeveniments al territori vinculats amb la temàtica, cosa que fa que la informació es quedi al marc d'estudi i sigui difícil la integració o l'assimilació del contingut mitjançant altres dies.

Té una funció d'aleatorietat que és interessant. És una manera d'arribar a un concepte que potser no haguéssis arribat per tu mateix.

Interessant per
Idea conceptual
Agrupació de contingut divers

www.es.wikipedia.org



GOOGLE ARTS & CULTURE

Un altre referents interessant és la plataforma de Google Arts & Culture. Té una composició molt senzilla, al igual que el disseny de la interfície, però el seu sistema relacional d'enllaços funciona molt bé.

A nivell de contingut és molt complet i es poden realitzar totes les accions de compartir la informació, buscar més, buscar a través de la localització.

A diferència de la Wikipedia, Google Arts & Culture fa que arribis a la informació per un altre recorregut. Parteix d'una pàgina principal on hi figuren articles d'interès o notícies actuals. I també existeix la possibilitat de cercar els teus interessos directament a la web.

Un dels punts forts de Google Arts & Culture és la incorporació d'imatges amb gran resolució i ben editades. A més, és una plataforma vinculada als museus i a les seves col·leccions. Es poden fer recorreguts virtuals amb Street View per les galeries dels grans museus o veure en gran tamany algunes obres seleccionades. Google Arts & Culture és l'exemple que ens va més bé tant per contingut com per organització de la informació com estructura de la web.

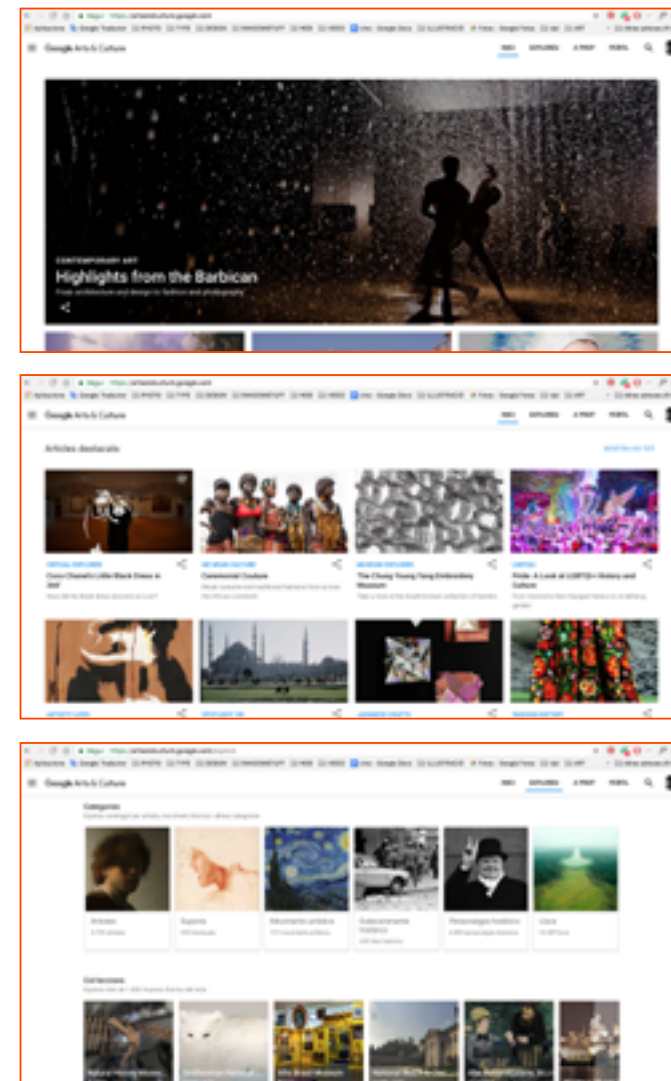
El disseny està cuidat sense ser excessiu ni intrusiu. És fàcil anar relacionant conceptes.

La plataforma és intuïtiva i s'entén fàcilment el funcionament.

Un altre punt fort de l'aplicació és el camp de recerca. La veritat és que, busquis el que busquis relacionat amb l'art, t'apareixen resultats interessants; des de articles, obres, recorreguts amb Street View per algun museu, etc..

Interessant per
Sistema de cerca
Disseny web
Usabilitat

www.artsandculture.google.com



TED TALKS by Bestiario

Aquest és un exemple que surt una mica dels referents però serveix per extreure'n la xarxa relacional, que és la part interessant. Ted Talks va demanar a Bestiario, un estudi de disseny de visualització dades, que es crees una web on es relacionés tot el contingut de les xerrades. És interessant veure com van crear un espai 3D, on la relació era molt més visual, amb un petit buscador i mitjançant *tags* per filtrar els resultats. Això fa que prèviament vegis les relacions i la quantitat d'informació i et puguis anar perdent pel diferent contingut.

És un projecte que actualment no està vigent però es pot veure a la pàgina web de bestiario.

www.bestiario.org

Interessant per
Estructura
Sistema de cerca



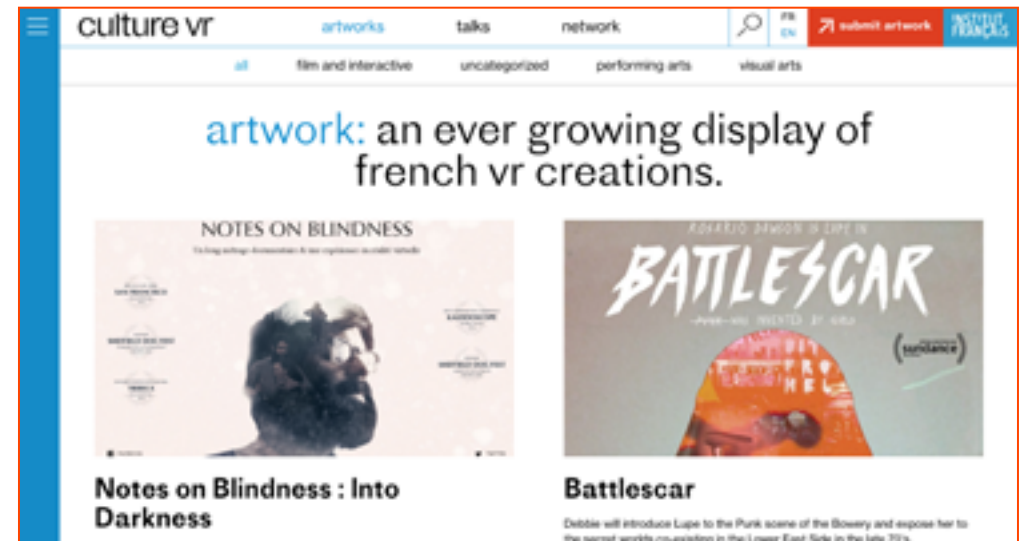
CULTURE VR

Culture vr és un projecte de l'Institut francès per donar a conèixer a l'extranger el talent del país i donar-li valor.

Té una quantitat molt extensa de material a la seva pàgina web. Xerrades, videos, treball artístic. Tot i així té una bona usabilitat i és bastant intuïtiva. El disseny també està ben treballat i això afavoreix la navegació i la comprensió de la pàgina.

www.culturevr.fr

Interessant per
Sistema de cerca
Disseny web
Usabilitat



THEATRUM MUNDI

Theatrum Mundi és una plataforma que ha aparegut des d'un seguit de converses, xerrades i recerca que van començar dos professors d'Estats Units, Richard Sennet i Adam Kaasa.

Amb la idea d'agrupar els coneixements i crear un grup de recerca, han trobat necessari concentrar tots els resultats en una web.

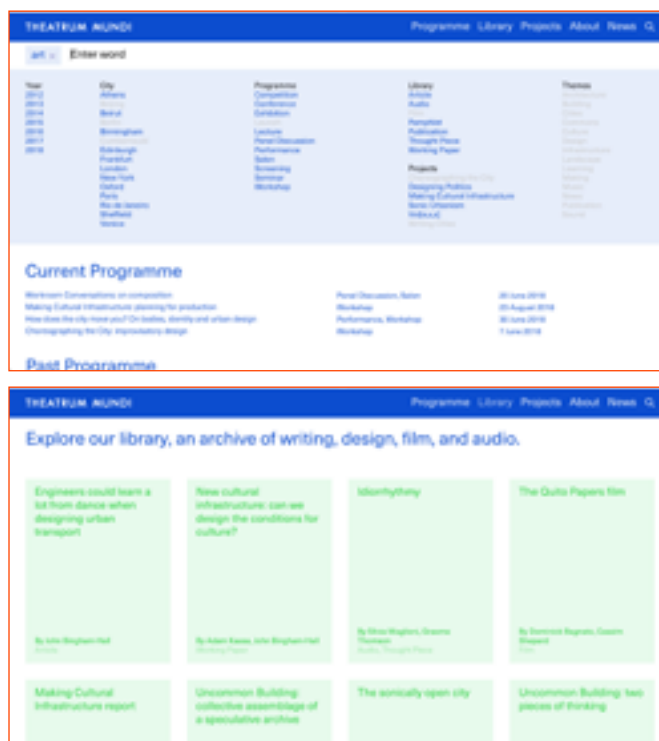
Té un disseny molt senzill que fins i tot pot arribar a confondre en algun punt.

Theatrum Mundi però té molt bona usabilitat.

Tot es troba molt fàcilment i és molt fàcil accedir a la informació gràcies al seu buscador i al seu arxiu, que sempre és fix i s'hi pot accedir des de qualsevol pantalla.

També funciona per *tags*, per tant es pot escriure i esperar si hi ha resultats d'allò que s'està buscant.

www.theatrum-mundi.org



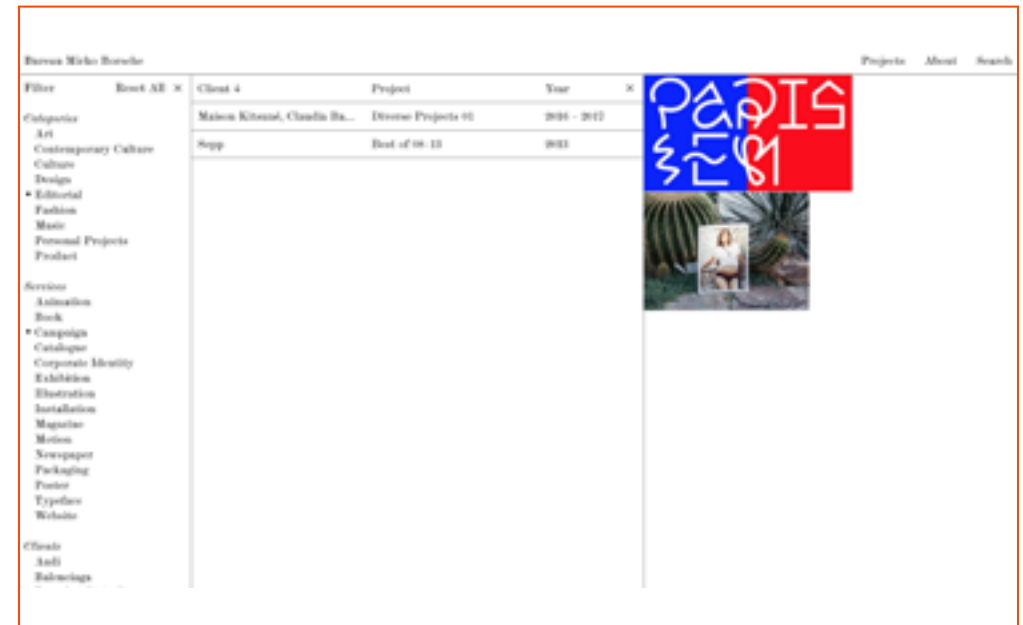
Interessant per
Sistema de cerca
Usabilitat

BUREAU MIRKO BORSCHÉ

Bureau Mirko Borsché és un dels estudis de disseny més influents dels últims anys. La seva pàgina web conté molts de projectes publicats i requereix d'un bon sistema de recerca. Els diferents camps amb els que es divideixen els treballs (categories, serveis, clients) et permeten anar organitzant els seus treballs com ho vulguis i així descobrir què han fet a cada camp. Té un disseny senzill però efectiu i no et distreu del contingut, que ja és potent visualment.

www.bureauborsche.com

Interessant per
Sistema de cerca
Disseny web
Usabilitat



M+ STORIES

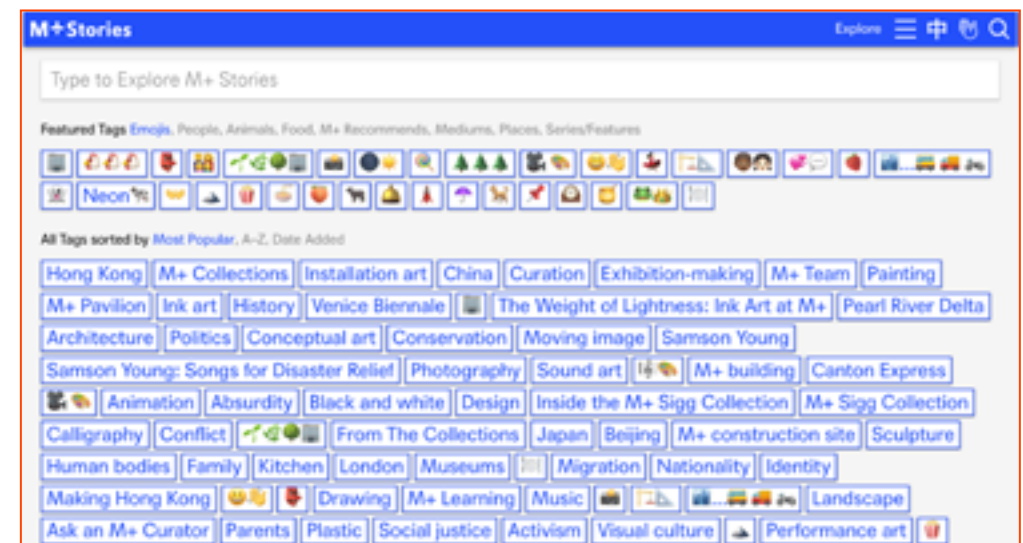
M+ Stories és una pàgina web pel nou museu de cultura visual de Hong Kong, que obrirà el proper 2019.

Se'ls va demanar que, tot i abans de la obertura, fóssin capaços de crear una agrupació de continguts on es pogués mostrar el què seria el museu.

La web també funciona amb un sistema de cerca mitjançant *tags* que es van acumulant i presentant-te informació. És allà on entrades de blog, periodístiques, vídeo i exhibicions online es troben i s'organitzen per poder ser presentades.

<https://stories.mplus.org.hk/>

Interessant per
Sistema de cerca
Disseny web
Usabilitat



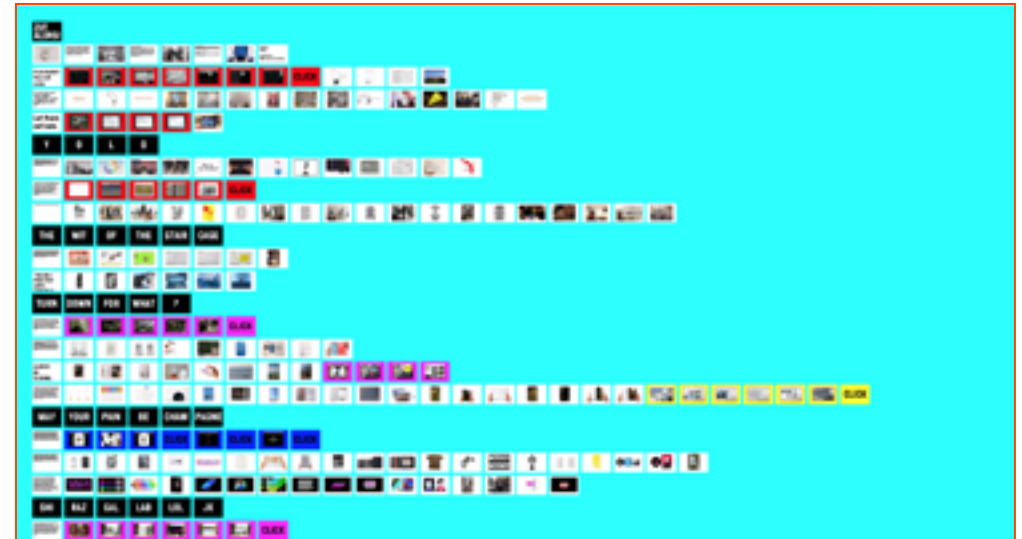
ZUT ALORS

Zut Alors és un estudi de disseny gràfic de Nova York.

La seva pàgina web bàsicament és el seu porfoli però està estructurat en un scroll avall i després a cada projecte s'hi entra fent *scroll* lateral. A cada projecte van intercalant fotografies i text i el que hagués sigut un projecte molt senzill, esdevé una web interessant i amb una navegació dinàmica i entretinguda.

www.zutalorsinc.com

Interessant per
Estructura
Disseny web
Usabilitat



**If you build it they will
come.**

BERLIN BIENNALE

La biennial de Berlin del 2014 va ser dissenyada per Zak Group, un estudi de disseny gràfic. Funciona molt bé gràcies a la seva bona usabilitat i el seu ordre. Han utilitzat tipografies grans a mode display amb el recolzament del color de fons que va canviant segons la pàgina on ets. També té un sistema de cerca que funciona molt bé. En general té bona usabilitat i és fàcil de navegar.

www.bb8.berlinbiennale.de/

Interessant per
Usabilitat
Disseny web



3 ANÀLISI DE REFERENTS DE DISSENY

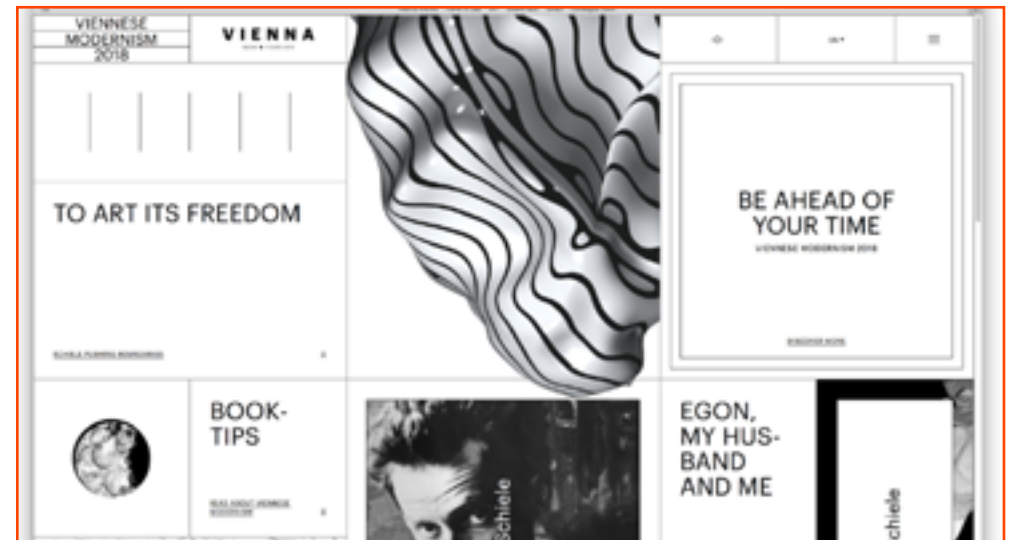
VIENNA MODERNISM

La pagina web de la Viennese Modernism 2018, és una web per explicar quatre grans artistes austríacs que van morir fa uns 100 anys, i que donen pas a ple d'exhibicions, exposicions i altres esdeveniments durant l'any 2018.

Té una estructura senzilla, ordenada i visualment efectiva. Utilitza la tipografia d'una manera acurada i correcta. La direcció d'art, el tractament de la imatge i dels 3d encaixa i és harmònic entre si. A més la pàgina té jocs musicals que permeten que interactuis.

disseny per Wild
<https://wild.as/>
<https://viennesemodernism2018.info>

Interessant per
Disseny web
Disseny gràfic



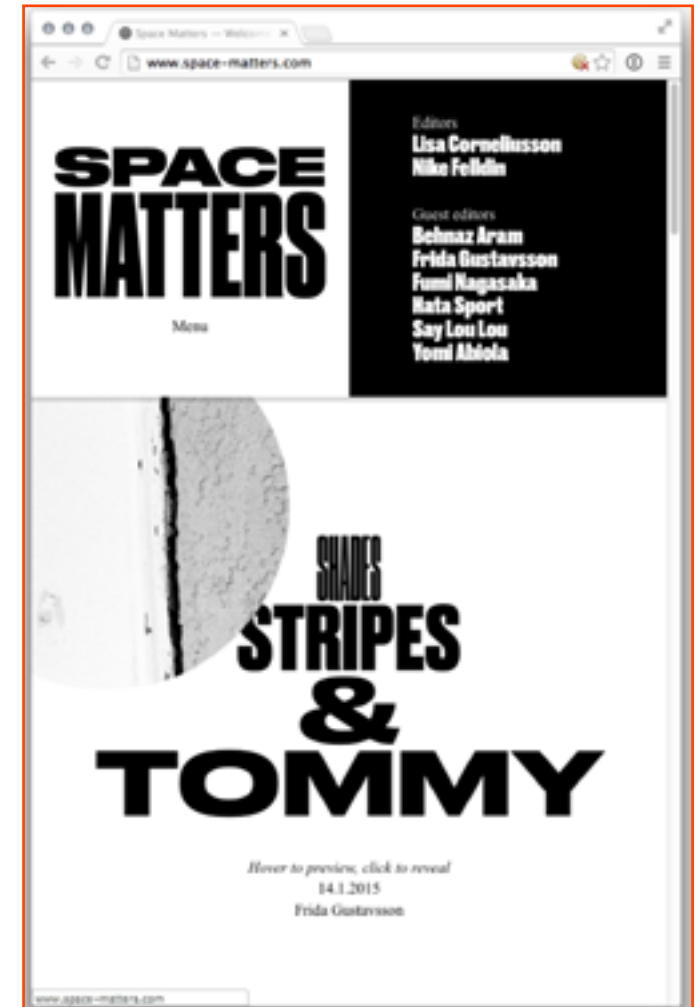
SPACE MATTERS

Space Matters és un blog visual on les dones comparteixen les seves idees. Malgrat que l'estructura és senzilla, se'n poden extreure dues coses. Una és la simplicitat compositiva i l'altra és el treball tipogràfic.

És un blog digital i té uns apartats de mood-board. En aquest apartat hi ha unes fotografies volcades a la web que es poden moure i organitzar, perquè puguis interactuar amb la web i ordenis les fotografies segons el teu interès.

disseny de Kod&Form
www.kodochform.se/
www.space-matters.com/

Interessant per
Composició
Disseny web
Diseny gràfic



ENSO BY READYMAG

Enso Magazine és una revista online d'arquitectura que s'ha creat per promocionar la plataforma de disseny web Readymag

Té una estructura bàsicament en una pàgina principal que es desenvolupa amb scroll down. El tractament de la tipografia i els colors fan que aquesta web sigui molt potent estètica i visualment.

disseny de Anton Herasymenko

www.antonherasymenko.com

www.enso.readymag.com/architects-own-houses

Interessant per

Composició

Disseny web

Diseny gràfic

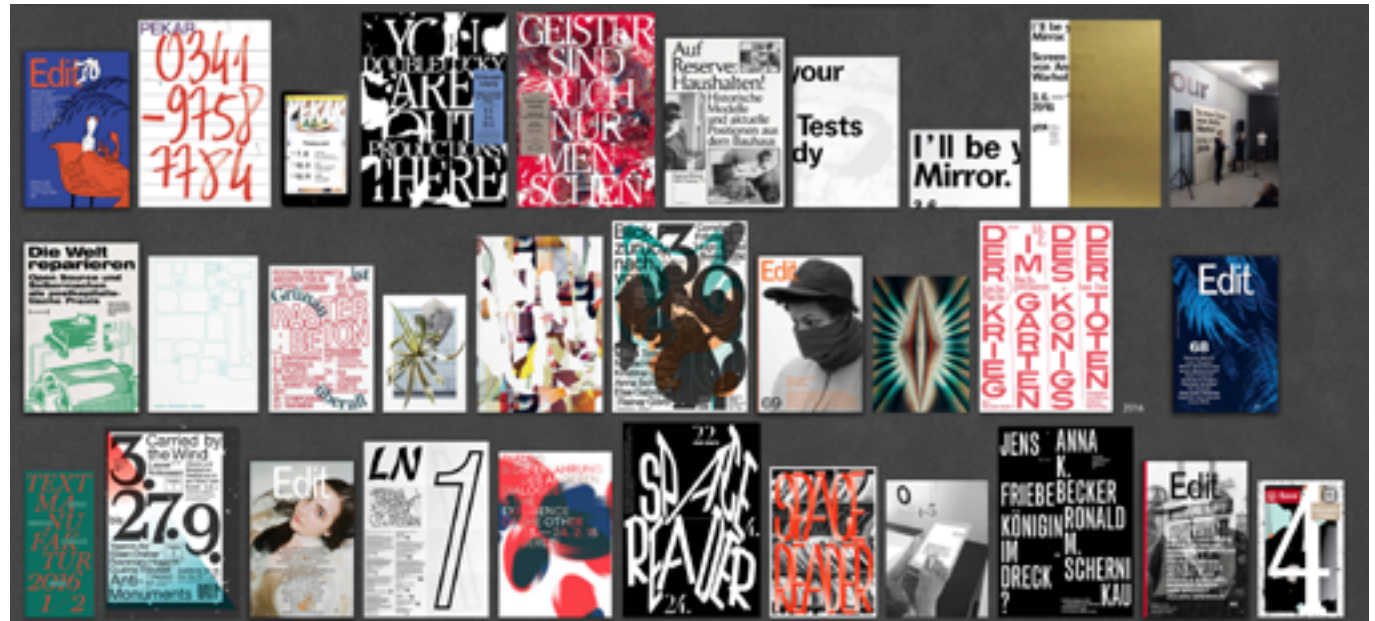


BUREAU DAVID VOSS

David Voss és un estudi de disseny gràfic. És un bon referent de disseny per la utilització de la tipografia. No és suficient d'escollir una bona tipografia sino que la utilitza com un dibuix i juga amb ella barrejant-la amb el color i la composició.

Té un disseny flexible i variable. Utilitza diferents tècniques complementàries a la tipografia, com ara els difuminats, el collage i d'altres.

www.bureau-david-voss.de



Interessant per

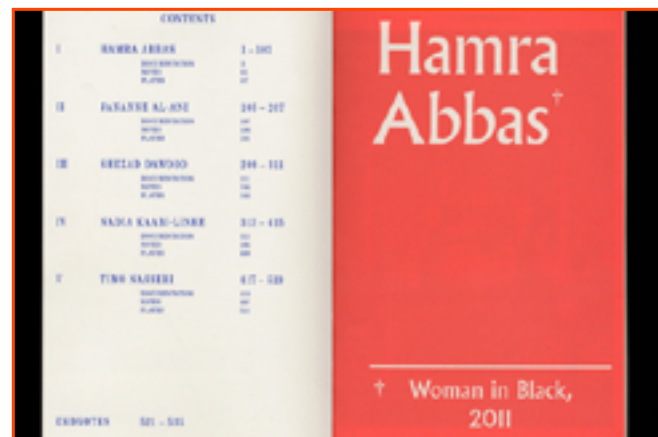
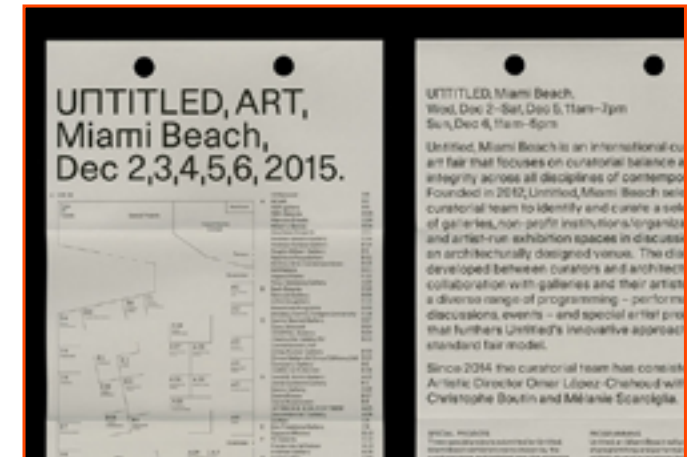
Composició

Disseny gràfic

OK - RM

OK-RM és un estudi de disseny gràfic. Ens interessa per l'estil tipogràfic i la comunicació. Utilitza tipografies amb un caràcter molt marcat i colors primaris, però amb una composició sempre molt ordenada i regular. És l'estudi responsable de la identitat de l'Stelka Museum

www.ok-rm.co.uk

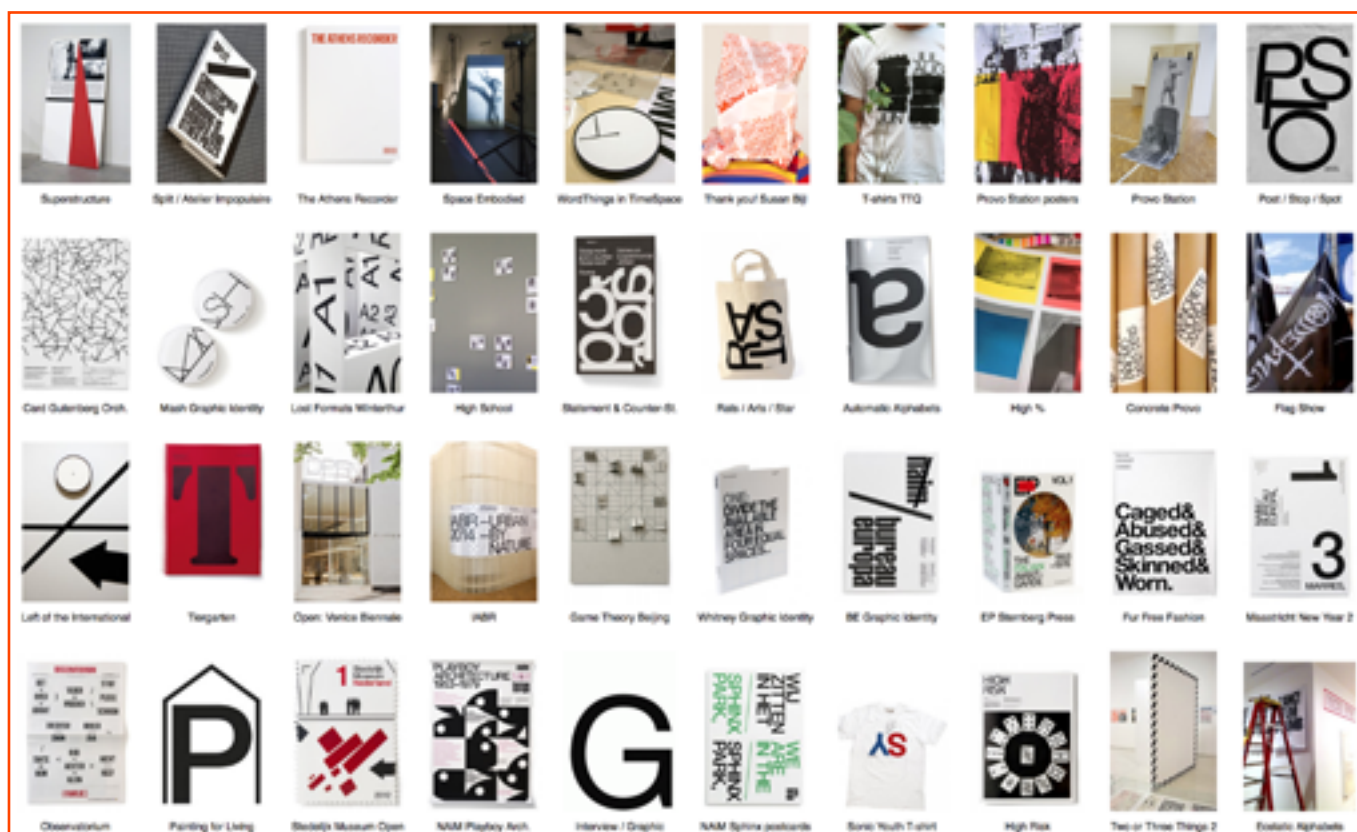


Interessant per
Composició
Disseny gràfic

EXPERIMENTAL JETSET

Experimental Jetset és un estudi de disseny gràfic. Tenen un estil molt senzill i polit. Utilitzen colors primàris i fan un ús de la tipografia a mode display que funciona molt bé. El treball és molt net i amb pocs elements aconsegueixen que sigui molt atractiu visualment.

www.experimentaljetset.nl



Interessant per
Disseny gràfic
Tipografia

MARSELL . IT

Marsell és una marca de sabates. La seva pàgina web, dissenyada per Carvalho Bernau, es surt de la típica pàgina de catàleg de moda. Amb el gran contingut de material que tenen, han trobat un sistema, mitjançant els noms dels models i superíndex pel color, que és molt atractiu. Tenen un sistema de filtratge que t'ajuda a trobar allò que estàs buscant.

Estudio Carvalho Bernau
www.marsell.it

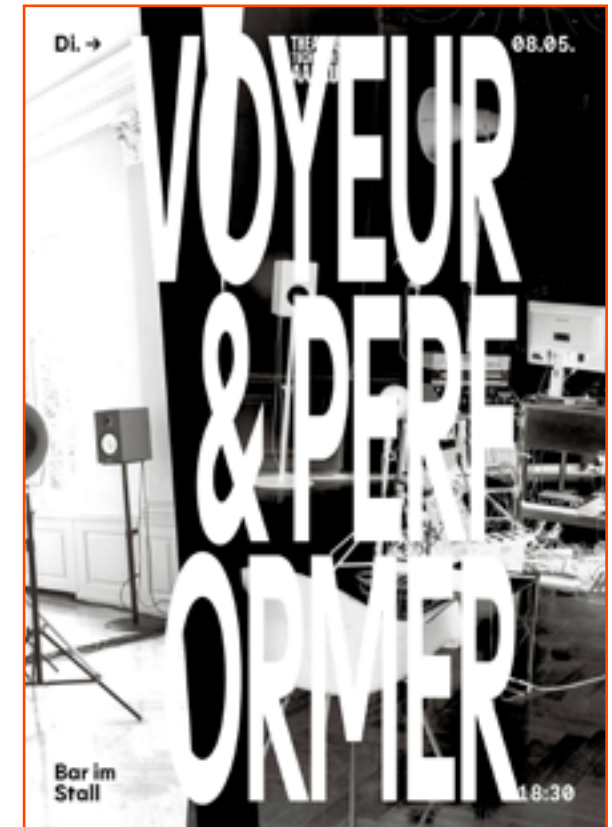
The screenshot displays the Marsell website's catalog page. At the top, there is a navigation bar with the 'AGENDA' section listing various events and dates. Below this, the 'MARSÉLL' section is visible, featuring a grid of shoe models. A large, semi-transparent red sneaker is overlaid on the catalog grid. The shoe models listed include Ambo 3220, Ambara 4900, Ambo 4910, Ambo 4911, Ambo 4927, Fungo 1819, Trivellina 1871, Arsella 1902, Arsella 2079, Coltellaccio 2105, Bo Sandalo 2310, Lista 2321, Strassacco 2371, Neo Sandalo 2735, Colteldino 3119, Ambo 3220, Zeppella 3310, Sacchina 3705, Stuzzicadente 3812, Stuzzicadente 3814, Arsella 4133, Arsella 4137, Bo Sandalo 4161, Cetriolone 4170, Colteldino 4182, Coltello 4207, Coltello 4208, Fungo 4242, Mabo Sandalo 4261, Strassacco 4285, Strassacco 4286, Trampola 4300, Mostrina 4333, Quadrosandalo 4409, Argilla 4671, Arsella 4680, Beccuccio 4700, Bo Sandalo 4710, Ciambella 4745, Ciambella 4746, Ciambella 4747, Ciambella 4749, Ciambellona 4756, and Coltellaccio 4765. Each model is accompanied by a small image and a list of color codes in brackets. A search bar is located at the bottom left, and a signature is visible at the bottom right.

Interessant per
Disseny web
Direcció d'art

BAR IM STALL

És un festival de música de la República Txeca. La seva identitat és flexible i variada. Hi ha un gran ús de la imatge i de la tipografia i el tractament conjunt de les dues és el que fa el projecte valuós i reconeixible.

www.barimstall.ch

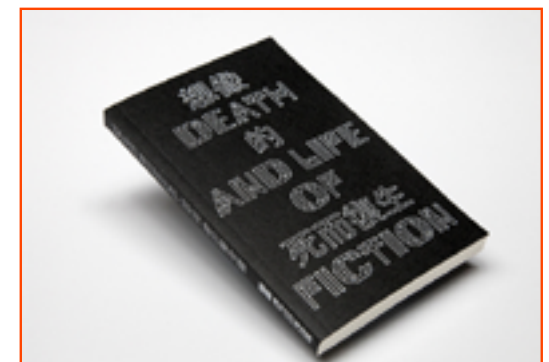


Interessant per
Comunicació
Disseny gràfic

ZAK GROUP

És un estudi de disseny gràfic. Tenen un tractament de la tipografia impecable. La tria tipogràfica sempre és acertada i dona molt de caràcter a les publicacions. El color és aplicat normalment a gran part de la publicació. Zak Group també és un bon referent per el disseny de pàgines web i la comunicació.

www.zak.group

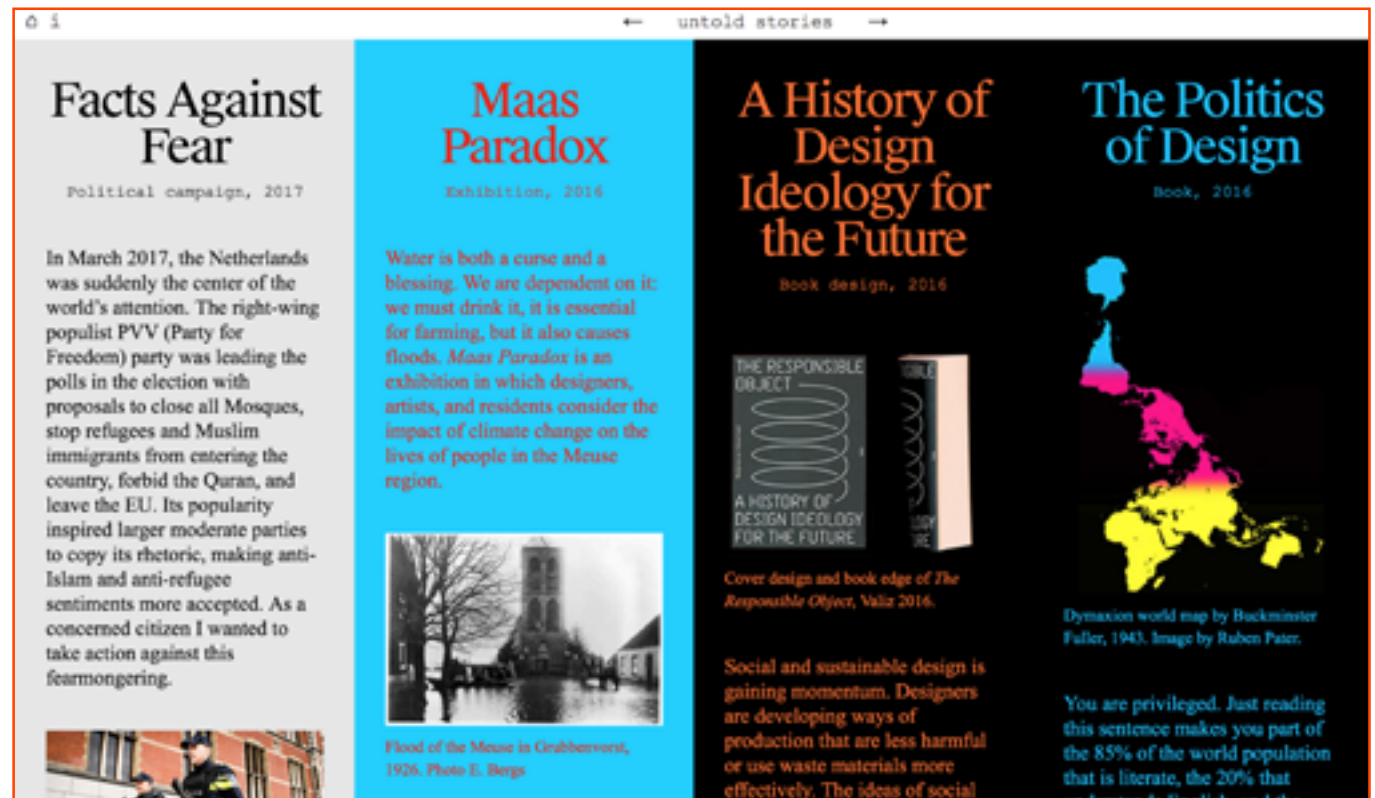


Interessant per
Comunicació
Disseny gràfic

UNTOLD STORIES

Untold Stories és una web on el dissenyador Ruben Pater escriu articles sobre problemes geopolítics. Utilitza eines de comunicació visual per crear relacions entre periodisme i disseny. A nivell de disseny és molt senzill, combina diferents colors amb dues tipografies serif i una monoespaiada per la informació addicional. El que ens interessa de la pàgina però és l'scroll lateral i la lectura en vertical dels articles. Un cop dins de cada article la informació es mostra en una pàgina completa. Cada article té un tractament diferent de les imatges, així el que els uneix és el color i la tipografia,

www.untold-stories.net



Interessant per

Disseny web

Disseny gràfic

3 ANÀLISI DE REFERENTS COMUNICACIÓ

CÓDIGO NUEVO

És una plataforma de notícies d'actualitat. Presenten les seves notícies mitjançant articles. Tenen una pàgina web i altres xarxes socials, tipo Instagram, Facebook i Twitter.

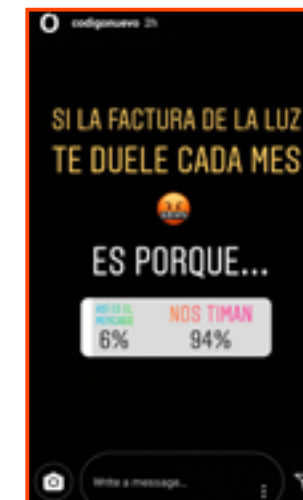
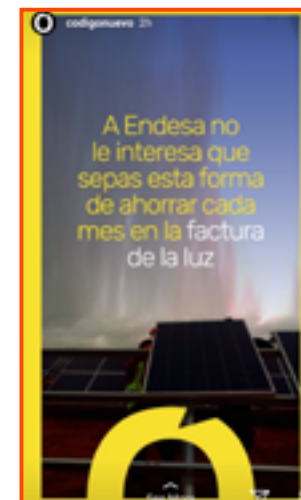
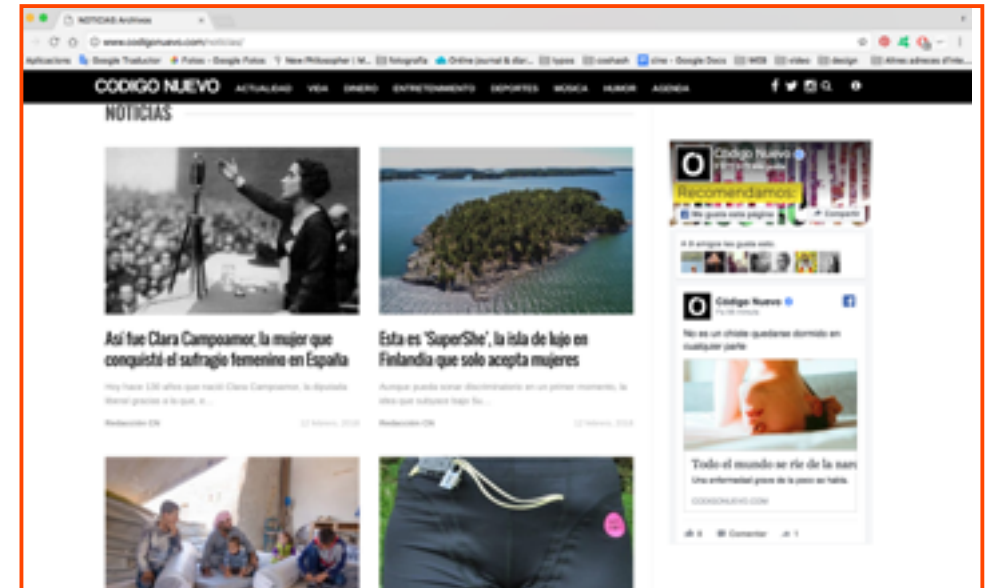
La pàgina web no resulta tant interessant a primer cop d'ull, hi ha molts d'articles i la composició és tipus blog. No hi ha un gran treball de disseny, ni tipogràfic, ni de composició.

Han creat un sistema a través de les xarxes socials que els hi permet difondre's més i arribar a més públic. Utilitzen les xarxes socials i et faciliten arribar als diferents articles sense haver d'entrar a la web a investigar.

Un format que funciona molt bé és l'*instagram stories*, han creat unes carteles que et mostren el titular i abans o després afegeixen una pantalla més amb imatges o algun cas real relacionat. És un format que genera interès i/o expectativa. Llavors apretes el botó *See More* i et trasllada a la notícia.

www.codigonuevo.com

Interessant per
Enllaç amb xarxes socials
Call to action IG

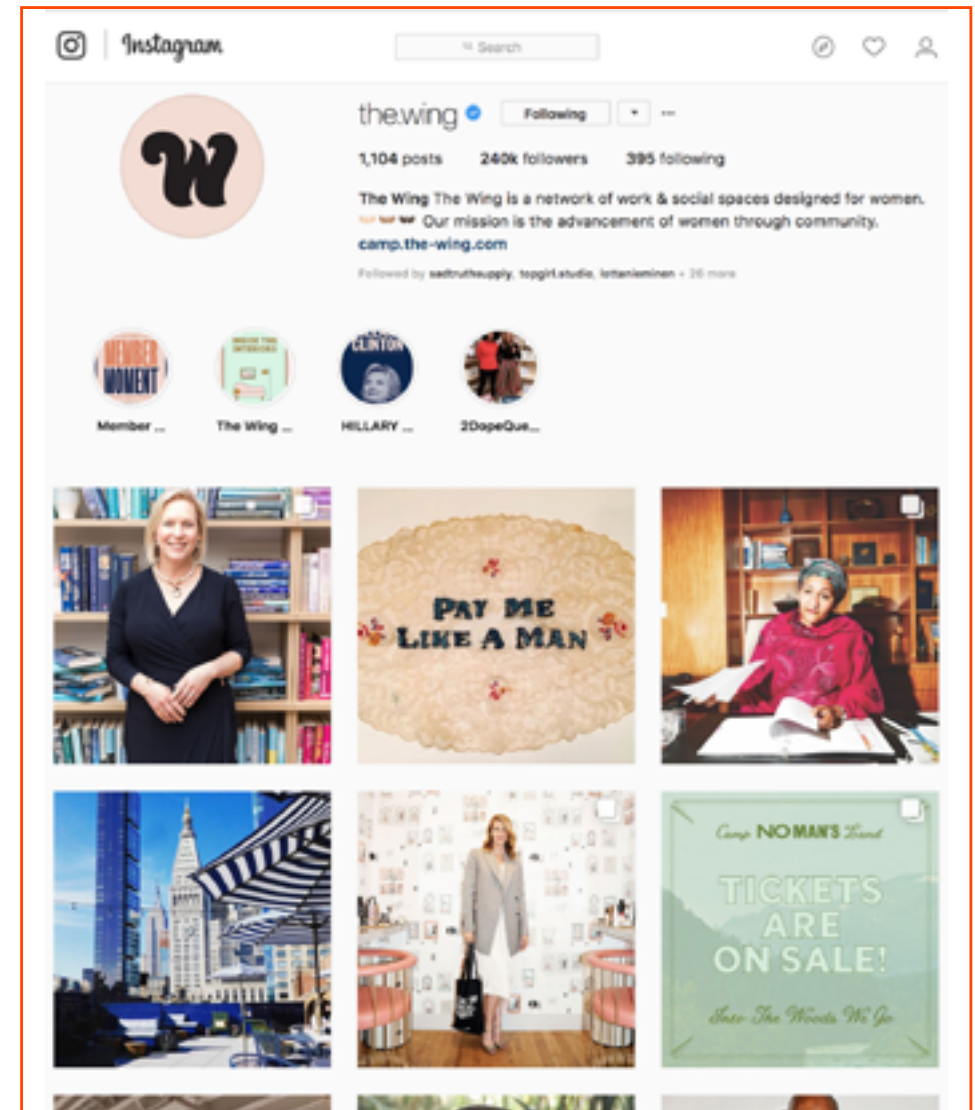


THE WING

The Wing és una xarxa de treball i d'espais socials per a dones. Tot i no tenir l'estructura clàssica de logotip i sistema gràfic, presenta una coherència comunicativa a nivell tipogràfic, de tractament fotogràfic i de to de veu. Això dóna molta flexibilitat a l'hora de realitzar diferents peces de comunicació, merchandising, etc.

www.the-wing.com

Interessant per
Branding variable
Creació de contingut



BLOOMBERS BUSINESSWEEK

Bloombers Businessweek és una revista setmanal de negocis que pertany a Bloomberg LP, una empresa molt important de mitjans de comunicació.

És una revista amb multiplicitat de continguts però tot i així aconsegueixen que tot respiri la mateixa essència. I això no ho aconsegueixen ni amb la tipografia ni amb el tractament de la imatge junt o separat, ho aconsegueixen a través del to de veu i del llenguatge emprat.

Utilitzen un vocabulari col·loquial i no es tallen en treure portades amb un to humorístic més aviat àcid o de burla. Tot això, aquí sí, es complementa amb un tractament de la tipografia i de la imatge impecable.

Actualment porta la direcció d'art de la revista Richard Turley



www.bloomberg.com/businessweek

Interessant per

To de veu

Direcció d'art

CIVILIZATION

També de Richard Turley trobem *Civilization*. Una publicació a cavall entre "un diari i un grup de suport". El contingut va sobre diferents coses relacionades amb com és l'experiència de viure a la ciutat de Nova York. Per fer això, es recolzen de diagrames, calendaris, esdeveniments, gràfiques, i un seguit de mètodes que li donen a la publicació un caràcter especial. És realitzat amb dues tipografies i amb un sol color, el groc.

<https://www.instagram.com/civilizationnyc/>



Um, what did you do?

I'm so embarrassed to tell you! I'm such a fucking fool

The other night when I saw you?

I don't think so. Oh yeah! It was the night, but it was nothing... okay, so basically



**CAN
EVERYONE
GO ON
INSTAGRAM
AND LIKE
MY NEW
PIC**

Interessant per
To de veu
Direcció d'art

KESSELSKRAMER

És una de les agències més importants de publicitat i comunicació que hi ha a Europa actualment. Però són especials justament perquè no fan publicitat convencional, sinó que trenquen amb el que se suposa que ha de ser la publicitat. Han aconseguit tenir un estil propi, directe, i senzill, un estil que tampoc té pèls a la llengua i amb un to de veu molt social i contemporani.

www.kesselskramer.com



Interessant per
Comunicació
Direcció d'art

CONCLUSIONS

Referents temàtics

La filosofia és un tema que costa de ser tractat. Consta d'una cantitat d'informació molt gran i la pròpia temàtica fa que sigui difícil de categoritzar ja que tot està mesclat, com a disciplina humanista que és. Això provoca que molt sovint sigui explicada o molt seriosament, a l'estil enciclopèdia, o banalment com ho hem vist en els còmics. És difícil trobar un punt mig entre la lectura acadèmica i la difusió o divulgació de la filosofia. A més a més, el disseny gairabé mai acompanya aquest tipus de recursos, ja siguin pàgines web o d'altres, com podem veure als últims exemples.

D'altra banda, el NewPhilosopher és un bon exemple ja que es troba en el punt mig entre filosofia acadèmica i divulgació i consta d'un disseny molt treballat a la revista, tan interiorment com a les portades.

Referents web i usabilitat

En el cas de Google Arts&Culture, el disseny és senzill però tot i així funciona, ha sigut ben resolt. En l'exemple de la Wikipedia, el disseny és pràcticament inexistent i es fa feixuga la lectura. Una de les parts més importants de la pàgina és el buscador. Aquí hem trobat exemples que ens ajuden a entendre com ha de ser un cercador perquè funcioni correctament. Tenim exemples de buscador acumulable, per *tags*.

Un altre dels punts a tenir en compte és l'estructura de la pròpia pàgina web. No pot ser molt rebuscada i s'ha d'entendre d'on venim i on anem en tot moment. És important doncs que tinguem a un sol *click* tota la informació que puguem necessitar en una pàgina d'aquest caire. La majoria de pàgines web que alberguen molta informació i són de lectura o de coneixements posen la usabilitat i la funcionalitat per sobre del disseny, així doncs ens podem concentrar en el contingut que és realment el que interessa.

Referents disseny gràfic

El disseny en aquest cas, ha de donar importància al contingut. No és fàcil quan també es necessita el disseny per fer atractiva la temàtica. Però hem vist que es possible fer una cosa simple i que tingui un impacte fort sobre l'usuari i això és el que s'haurà de treballar a fons.

Referents comunicació

El més important dels referents de comunicació és el to de veu que tenen com a projecte. El llenguatge també ens interferirà. Si això es té clar després la direcció d'art en comunicació també ve donada pel projecte, fent que pugui ser flexible visualment però seguint un mateix patró comunicatiu.

4 MEMÒRIA DESCRIPTIVA

CONCEPTE DE DISSENY

SOFIA és una plataforma que pretén apropar i facilitar la comprensió de diferents temes filosòfics. Està molt lligada a les xarxes socials ja que serà la manera de atraure l'atenció de l'usuari cap a la plataforma. Un cop a la web l'usuari serà el que continuarà navegant i decidirà si vol integrar la eina com a suport.

La peça principal serà escriptori i hi haurà una adaptació mobil. S'ha descartat la creació en si d'un app perquè amb el format adaptat ja és suficient. L'ús del contingut mobil serà més limitat i la idea serà més un “*call-to-action*” des de les xarxes socials directament a un article concret, per seguidament, tornar a la xarxa d'origen. O només de consulta ràpida, no hi haurà tanta possibilitat de perdre't ni d'anar relacionant.

La pàgina es veurà vertebrada per la recerca mitjançant tags, hashtags o etiquetes, que són les que ens permeten relacionar i organitzar els continguts i anar passant de l'un a l'altre.

Intentarem que el llenguatge col·loquial doni caràcter al projecte i ens doni un to de veu particular.

Cada entrada a la web anirà relacionada amb material de contingut audiovisual addicional perquè es pugui entendre la temàtica des d'una altra perspectiva. Aquest contingut serà normalment pel·lícules i literatura.

NAMING

Sofia ve de la paraula grega Σοφία, que significa “saviesa”. Filosofia, doncs, significa amor a la saviesa, i és l'estudi d'una varietat de problemes fundamentals sobre qüestions como l'existència, el coneixement, la veritat, la moral, la bellesa, la ment i el llenguatge.

A més a més, és un nom de dona i ens dona l'analogia amb un personatge. És com si el personatge Sofia t'expliques la matèria. Aquest concepte ens ajudarà en el to de veu i el llenguatge, simulant la idea i el recurs del diàleg, que serà amb un llenguatge col·loquial i interpellarà directament a l'usuari, per facilitar la interacció dels conceptes.

LOGOTIP

La filosofia és un diàleg amb el coneixement, amb la ment i el pensament.

És per això que s'utilitza un símbol del diàleg, els dos punts, talment com si es tractés d'una entrada verbal. Això ens recorda també a la filosofia dialògica, com ho entenia Sócrates, on la filosofia no era només ensenyada sinó que s'estructurava mitjançant una conversa amb l'objectiu de “trobar la veritat”

El logotip, a l'igual que el to de veu, el discurs i el missatge de cada persona, és variable. No només s'aplicarà amb una tipografia, sinó amb les tres principals i s'anirà modificant en les peces de merchandatge segons sigui necessari. El que ens dona el logotip serà l'aplicació en caixa alta i els dos punts al final.

SOFIA:

SOFIA:

SOFIA:

TIPOGRAFIA

Les tipografies utilitzades al projecte han estat decidides perquè totes puguin ser utilitzades a mode display i donin dinamisme a la pàgina.

Hi haurà tres tipografies principals per titulars i cos de text que s'aniràn alternant i una quarta pels peus de foto i els link.

A més a més, a la part de monogràfics/articles, les tipografies seràn triades especialment segons la temàtica.

Sneak

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@.,;:-+”*><

Bureau Grotesque

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@.,;:-+”*><

Louize Display
i Louize Text

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@.,;:-+”*><

Maison Neue Mono

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@.,;:-+”*><

TO DE VEU I LLENGUATGE

El to de veu de la marca ha de ser proper, trencar amb l'academicisme, l'elitisme i la serietat amb la que es tracten sempre aquests temes. Aquí el llenguatge també ajuda, es complementarà el text acadèmic amb parts on el text s'haurà simplificat i serà redactat ben bé com si fos un diàleg. Això farà que l'atenció del lector es mantingui.

Intercalant el text principal anirem trobant destacats que ens interpel·laran directament, proposant-nos pensar sobre el què acabem de llegir i explicant-nos una mica resumit allò del que tracta l'article.

Serà un estil directe i pot ser fins i tot àcid, no ens estarem de res a l'hora de parlar malament, sense necessitat que sigui correctament. En aquests talls no importarà, seran els talls on el diàleg es farà visible.

-Bueno qué? Estás de acuerdo? No te parece demasiado radical?

-Seguro que has escuchado a hablar del *loco* de Nietzsche, no?

Para Sartre, no somos más que la suma de nuestras acciones y nuestro propio proyecto vital.

Verás, Sartre decía que solo nosotros somos responsables de todo lo que nos pasa.. Vaya eh? Que gracia. Pero si indagamos...

DIRECCIÓ D'ART

Per la direcció d'art obtarem, en general, per un treball de la tipografia a cossos grans.

Pels autors i conceptes:

la composició serà ordenada i clàssica com ja hem explicat abans. Aquí trobarem els retrats amb un tractament il·lustratiu, realitzat a carbonet.

Pels articles:

l'ús de la tipografia serà igualment a cossos grans però la composició anirà canviant.

El tractament d'imatges serà fotogràfic. Al ser articles diferents, les fotografies seràn extretes d'internet, però totes seràn escollides sota un criteri estètic similar.

COLOR

El color escollit serà un taronja per donar un toc de color a la part acadèmica de la web, els autors i els conceptes.

El color a les pàgines dels articles es posarà en funció de la temàtica de cada article.



R - 255
G - 70
B - 0

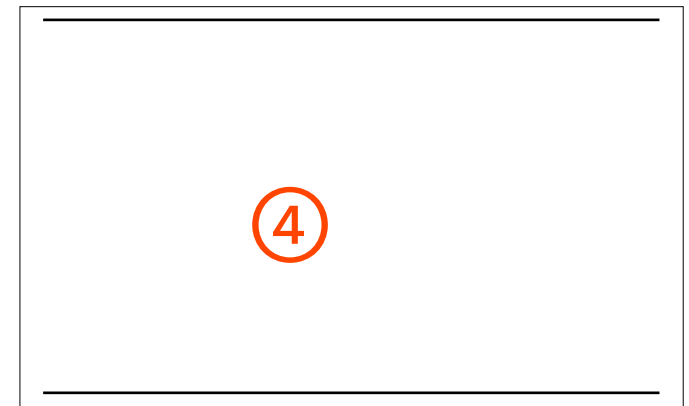
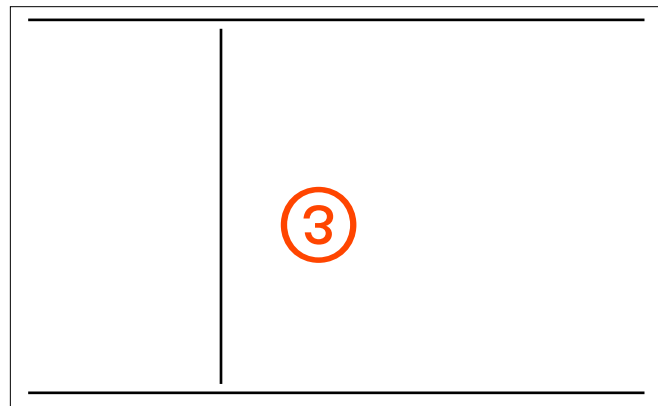
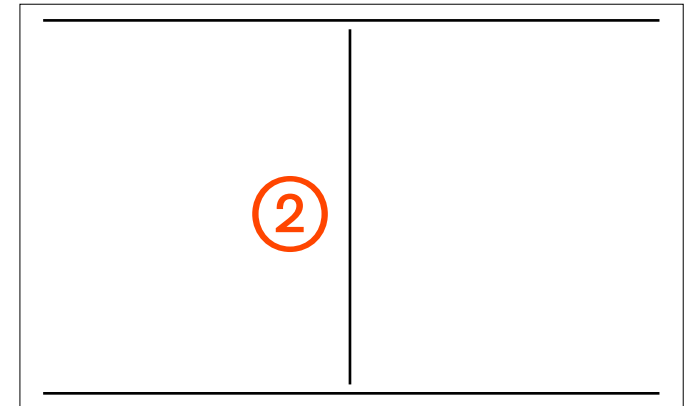
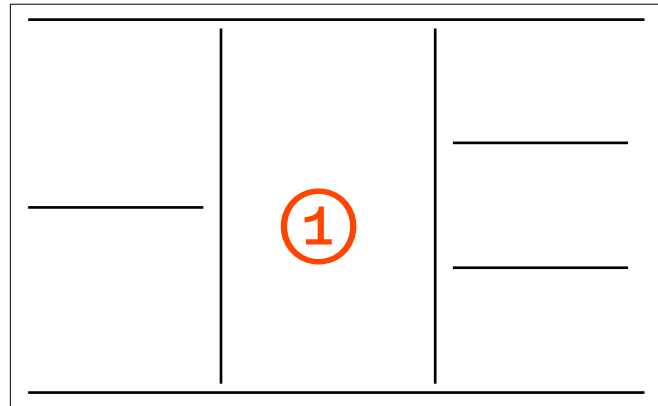


WIREFRAMES I RETÍCULA

Aquí tenim l'estructura de les diferents pantalles del projecte. Les barres superior i inferior seràn fixes a tota la plataforma. A dins es dividirà en tres terços, la meitat i a pantalla completa.

La home també es dividirà verticalment, per poder aprofitar més espais per introduir informació que et portarà a diferent contingut de la web.

- ① Pàgina principal o *home*
- ② Pàgina de cerca
- ③ Pàgina autors i conceptes
- ④ Pàgina articles



WIREFRAMES I RETÍCULA

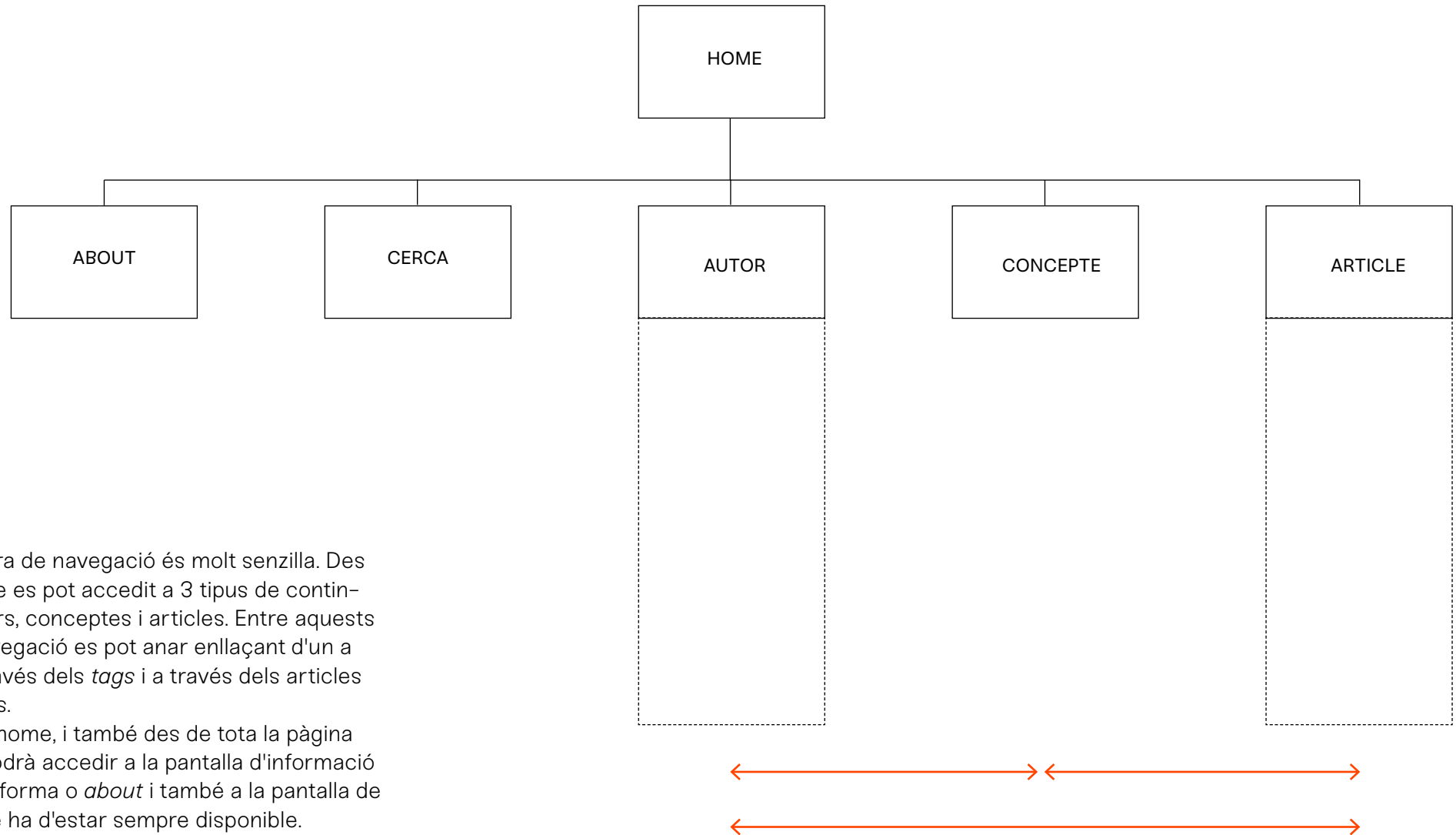
Utilitzarem una retícula de 12 columnes, un format molt habitual per web.

Els marges seràn de 10.

La pàgina ha estat realitzada a 1920x1080, adaptable a qualsevol format de pantalla



WIREFRAMES I RETÍCULA



L'estructura de navegació és molt senzilla. Des de la home es pot accedir a 3 tipus de continguts: autors, conceptes i articles. Entre aquests tres la navegació es pot anar enllaçant d'un a l'altre a través dels *tags* i a través dels articles relacionats.

Des de la home, i també des de tota la pàgina web, es podrà accedir a la pantalla d'informació de la plataforma o *about* i també a la pantalla de cerca, que ha d'estar sempre disponible.

ESTRUCTURA CONTINGUTS

Es divideix el contingut en dos grans mòduls

- 1) els autors i les idees
- 2) els articles.

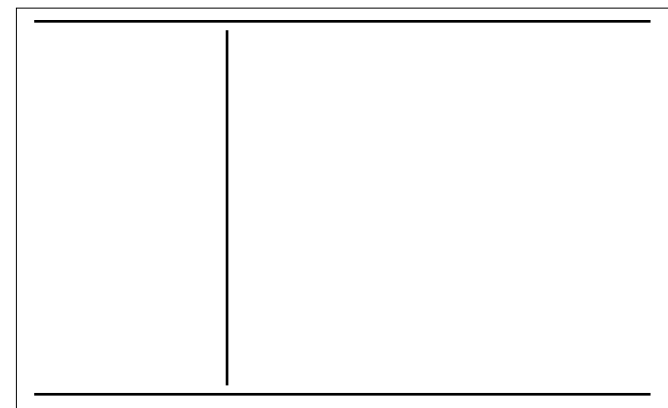
La primera part té un caire més acadèmic, on trobarem els autors i els conceptes explicats correctament.

És per això que seguirà una estructura regular, reticulada i simple. No pot ser que la forma passi per sobre del contingut, ja que és la part més de consulta, on anirem a aprofunditzar sobre els diferents temes i conceptes.

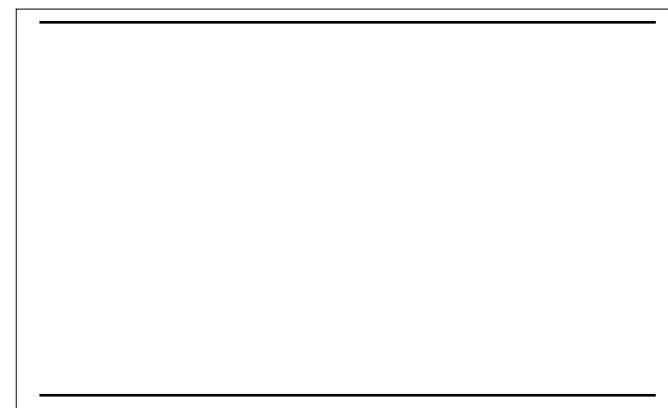
La segona part, la dels articles, tindrà un caràcter més divulgatiu. Hi haurà entrevistes, recursos audiovisuals, etc. És on trobem la informació posada en context i relacionada amb temes d'interès.

Aquí és on, seguint un mateix estil, el disseny es modificarà segons cada temàtica. Cada entrada d'aquest apartat serà dissenyat expressament; canviaran les tipografies, els colors, etc. Això ens farà entendre les diferents parts de la plataforma i el tractament ens donarà a entendre el caràcter més divulgatiu o de coneixement general que tindrà aquesta secció.

La pàgina dels autors i dels conceptes estarà dividida en un terç a l'esquerra per la fitxa. A la dreta s'aniràn presentant els continguts.



La pàgina dels articles no estarà dividida, serà a pantalla completa. Això serà degut al caràcter més divulgatiu i la necessitat d'espai per més informació.



ELEMENTS DE NAVEGACIÓ

① A la part superior esquerra trobarem l'explorador. Aquí podrem escriure directament i se'ns portarà al buscador i sinó podrem apretar directament i anar a l'arxiu. A més, en aquesta franja superior, a la home, hi anirà informació relacionada amb esdeveniments, que s'obriràn en enllaços externs.

② A la barra lateral dreta hi haurà la barra de desplaçament progressiu que s'anirà desplaçant a mesura que avancem en l'article.

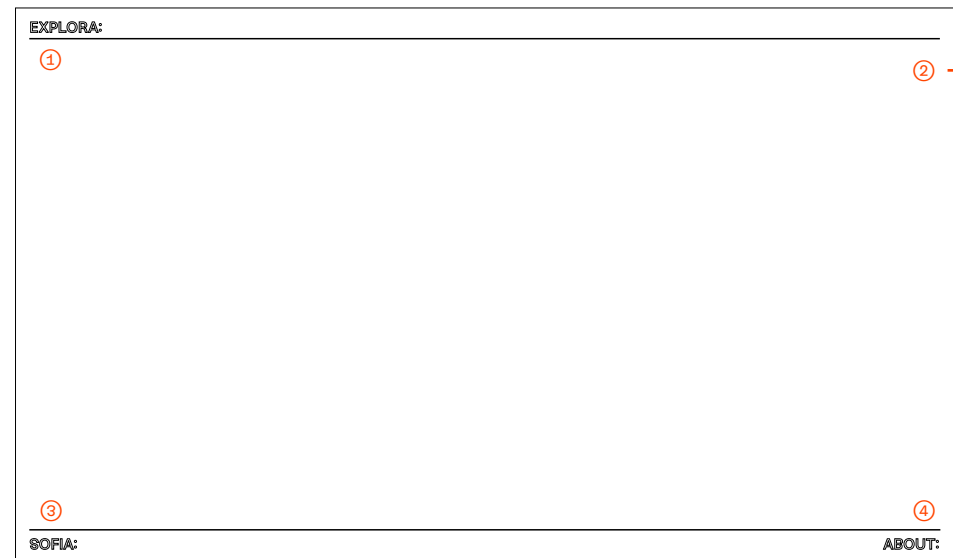
③ A la part inferior de la pàgina, a l'esquerra posarem el logotip, que ens portarà a la home. Un cop dins de cada apartat aquesta franja servirà per mostrar-te el camí de molles, així doncs sempre tindràs el recorregut i podràs tornar d'allà on vens.

D'aquesta manera sempre tindràs el recorregut:

SOFIA: AUTOR > CONCEPTE > ARTICLE

④ A la part inferior dreta trobem l'about, on trobarem informació de la web, links a xarxes socials i mail.

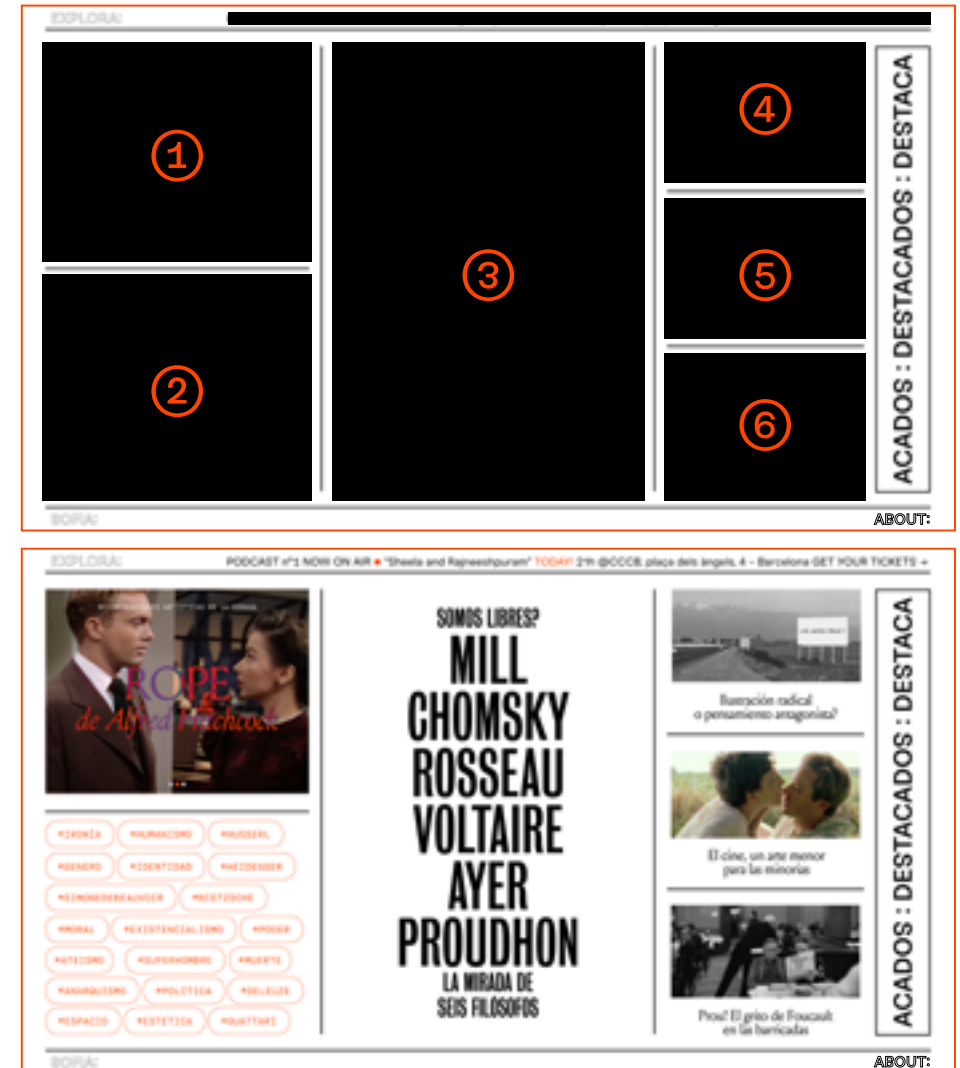
Tots aquest elements són fixes i seràn presents a totes les pantalles.



5 MEMÒRIA PRODUCTIVA

HOME

La HOME s'ha estructurat com una quadrícula. Com hem dit a l'apartat anterior, a la part superior s'afegiràn notícies i esdeveniments externs. A la zona de la retícula trobem, d'esquerra a dreta ① l'apartat on hi haurà una galeria de recomenacions artístiques. S'agruparàn per pel·lícules, llibres o d'altres i s'aniràn canviant. A sota ② trobarem els *hashtags* que seràn populars en aquell moment, perquè puguin entrar, veure i descobrir d'altres conceptes. A la part central ③ és on hi haurà l'últim article més destacat del moment. A la dreta de tot ④⑤⑥, hi trobarem articles o autors destacats, així ampliant el ventall d'informació a la que es podrà accedir des de la pàgina principal.



SISTEMA DE CERCA

La filosofia és una disciplina on tot pot estar relacionat amb altres temes i això és una de les coses que complica la seva explicació i la seva comprensió. Un dels punts més importants de la plataforma és el sistema de recerca.

En aquest cas s'ha optat per un sistema de recerca i enllaç a través de *tags* que permeten anar d'una pantalla a l'altre mitjançant aquestes etiquetes relacionables.

El sistema de cerca de la pròpia web funciona de la següent manera: primer, a la home tenim la franja de l'explorador, on podràs escriure qualsevol frase i des d'aquí se't traslladarà al buscador amb els diferents resultats. També et suggerirà *tags* o directament es podrà apretar el contingut a les tres diferents categories: autors, conceptes i articles. Aquests tres camps són acumulables, és a dir, quan apretis el primer, del segon només podràs apretar els que estiguin relacionats amb el primer. I així amb el segon i el tercer.

EXPLORA:

#NIETZSCHE

Buena, escribe o aprueba. Los hashtags son acumulables y te irán dando los resultados a la derecha de esta pantalla.

Ordenar por: más popular Más reciente

32 AUTORES

- NIETZSCHE
- SARTRE
- QUANTIN
- DELEUZE
- KEROUAC
- BARTHE
- BEAUVOIR, de
- KANT
- HEGEL
- HEIDEGGER
- SOCRATES
- PLATÓN
- FOUCAULT
- ARISTÓTELES
- MAKIN
- BUTLER
- HUMBER
- HOBBS
- ALAN
- SPINOZA
- DESCARTES
- LOCKE
- ROUSSEAU

1245 CONCEPTOS

- poder
- existencia
- genero
- ser
- idea
- metafísica
- racional
- trabajo
- valores
- eterno retorno
- república
- formalismo
- esperanza
- desconfianza
- existencialismo
- amor
- racionalidad
- racismo
- angustia
- racismo
- amor
- racismo
- racismo

27 ARTICULOS

- Como vivir
- Como un existencial
- Tu eres tu vida y nada más
- Call me by your name, fluida del ser y teoría queer
- Alfredo Jaar
- La performance existencialista
- Forma de ser? La mirada de este filósofo
- Que te deses al género y te gratificas?
- Porque la forma amarga cuando te quieren decir cosas?
- Ilustración radical a pensamiento antagonista?
- Clara, un arte menor para los minutos

32 resultados con la etiqueta #NIETZSCHE

- NIETZSCHE, Friedrich
- FOUCAULT, Michel
- nihilismo
- poder
- valores
- eterno retorno
- Tu eres tu vida y nada más
- Call me by your name, fluida del ser y teoría queer
- Alfredo Jaar: La performance existencialista
- Ilustración radical a pensamiento antagonista?

ABOUT:

EXPLORA:

#NIETZSCHE #poder

Buena, escribe o aprueba. Los hashtags son acumulables y te irán dando los resultados a la derecha de esta pantalla.

Ordenar por: más popular Más reciente

32 AUTORES

- NIETZSCHE
- SARTRE
- QUANTIN
- DELEUZE
- KEROUAC
- BARTHE
- BEAUVOIR, de
- KANT
- HEGEL
- HEIDEGGER
- SOCRATES
- PLATÓN
- FOUCAULT
- ARISTÓTELES
- MAKIN
- BUTLER
- HUMBER
- HOBBS
- ALAN
- SPINOZA
- DESCARTES
- LOCKE
- ROUSSEAU

1245 CONCEPTOS

- poder
- existencia
- genero
- ser
- idea
- metafísica
- racional
- trabajo
- valores
- eterno retorno
- república
- formalismo
- esperanza
- desconfianza
- existencialismo
- amor
- racionalidad
- racismo
- angustia
- racismo
- amor
- racismo
- racismo

27 ARTICULOS

- Como vivir
- Como un existencial
- Tu eres tu vida y nada más
- Call me by your name, fluida del ser y teoría queer
- Alfredo Jaar
- La performance existencialista
- Forma de ser? La mirada de este filósofo
- Que te deses al género y te gratificas?
- Porque la forma amarga cuando te quieren decir cosas?
- Ilustración radical a pensamiento antagonista?
- Clara, un arte menor para los minutos

3 resultados con la etiqueta #NIETZSCHE

- NIETZSCHE, Friedrich
- poder
- Tu eres tu vida y nada más

ABOUT:

PÀGINA AUTOR I CONCEPTE

Les pàgines d'autors i idees es dividirà la pàgina en tres terços. La part esquerra es mantindrà fixa i es mostrarà sempre la informació bàsica de l'autor o del concepte. En el cas de l'autor: el nom, data, breu biografia, corrent o idees destacables i hashtags amb els que està directament relacionat.

A la part esquerra s'hi mostrarà idees principals i es desenvoluparàn breument els temes. Al final de la part esquerra trobem una pestanya de recurs audiovisual que ens donarà material extern, normalment pel·lícules i llibres, per aprofundir en la temàtica i acabar d'assimilar millor el concepte.

dibuix de l'autor

nom

dates

breu biografia

corrent

hashtags



PÀGINES ARTICLES

La pàgines d'articles seràn a pàgina completa. Normalment això és degut a que en aquestes seccions hi haurà més contingut gràfic o visual i necessitarem més espai. Tampoc ens farà falta la part fixa de més informació biogràfica així que tindrem la totalitat de la pàgina per dissenyar cada article, i també modificar l'estructura. Aquí, un cop acabat cada article, a la part inferior, trobarem articles relacionats, així serà més fàcil enllaçar un article amb un altre.

L'únic que no canvia són les línies superior i inferior i els elements de navegació que seràn fixes a totes les pantalles.



TRACTAMENT I DIRECCIÓ D'ART DELS DIFERENTS ARTICLES

Els diferents articles jugaràn amb les tres tipografies que utilitzem al llarg de la web i també n'incorporaràn de noves, amb caràcter més display segons s'escaigui. El color també anirà canviant segons la temàtica. El text es veurà en tamany grans també ja que sovint seràn articles curts.



ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

Farem la campanya de comunicació bàsica—ment de manera digital per les xarxes socials, a través d'Instagram.

També farem una campanya gràfica que constarà d'un material col·locat a punts claus, com ara biblioteques, llibreries. Seràn punts de llibre i cartells que et facin notar que no saps res de filosofia, però que ho pots trobar tot a SOFIA.

ADAPTACIÓ MÒBIL

La versió mòbil és pensada perquè sigui una mica diferent. Entenem que no es podrà fer servir el mòbil com a eina de treball per tant serà una eina més de consulta i de lectura ràpida.

A la home trobarem els diferents articles en un *scroll* vertical. Hi haurà un espai per cada categoria: autor, concepte, article, recurs i hashtag. A la part superior a l'esquerra trobarem les barres de menú, on hi haurà la informació categoritzada.

Al mig trobarem el logo de SOFIA que ens portarà sempre de tornada a la home.

A la dreta hi haurà la lupa del buscador que en portarà a un xat on podrem escriure el que busquem i se'ns presentaran els resultats.

Una de les coses que ha costat més de decidir és la supressió de l'usuari. Creiem que no és necessari, però si tot podrà ser compartit a d'altres xarxes socials i/o guardar-ho amb aplicacions de recopilació de textos que funcionen externament.



PECES DE COMUNICACIÓ IMPRESA

Sempre es faràn des del concepte de la desco-
neixença o amb frases que han dit diferents au-
tors. En algun cas hi haurà algun joc de paraules
també amb la finalitat de demostrar-te que no
saps res i que més val que ho busquis a SOFIA.



INSTAGRAM

L'Instagram serà una peça clau en la comunicació. Farem *stories* regularment i aprofitarem les eines pròpies de l'Instagram (enquestes, gifs, emoticones) per què el nostre públic interactui, es senti encuriós i així pugui arribar a la nostra pàgina. Es classificaràn les publicacions entre autors que presentarem, paraules, pelis i frases que ens portin a pensar i apretar l'article. Tot això s'anirà barrejant amb fotografies curades expressament per cada contingut, adoptant un caràcter reflexiu i visual.



6

CONCLUSIONS

VIABILITAT

La primera conclusió relacionada amb la viabilitat és que podria ser portat a terme, però és un projecte molt extens i que requereix de molta gent i molt ben preparada tan a la part de continguts, com a la part de programació com a la part de disseny.

És un gran tema i una llàstima que no existeixi res similar que funcioni bé per aprendre filosofia. No tothom ha tingut la oportunitat d'aprendre bé o des de l'adolescència, i seria interessant veure com funciona com a eina de reforç d'estudi.

La filosofia ens ajuda a pensar i a veure el món amb uns altres ulls, gairebé com el disseny podriem dir, i és interessant aquest projecte justament per això. El disseny ajuda a la filosofia a ser visible i la filosofia ens ajudarà en molts altres aspectes de la nostra vida.

COMUNICACIÓ

La comunicació és essencial en aquesta mena de projectes ja que si no hi fos, seria difícil accedir per voluntat pròpia en aquest tipus de contingut i que hi accedis el *target*, gent que d'entrada no coneix de filosofia sinó que només hi té curiositat. Una manera fàcil que s'ha trobat és a través dels recursos visuals, com ara pel·lí-

cules, documentals o llibres, que ho trobem necessari per complementar el text. L'altra part de comunicació és la vinculada a les xarxes socials, tan utilitzades a dia d'avui i per les quals arribem a coneixer molts projectes o d'altre contingut només perquè és fàcil d'accedir-hi.

DISSENY

A nivell de disseny ha sigut difícil decidir entre el requerit pel briefing i un disseny que sobrepassés a la usabilitat i a la funcionalitat. Crec però que amb la divisió de continguts això s'ha pogut solucionar d'una manera efectiva, fent que tot segueixi una estructura però hi hagi una part més ordenada i correcta i una altra part on es pot ser més creatiu i trencar més normes

VIES DE CONTINUITAT

El projecte que s'ha realitzat té moltes possibilitats de ser portat a terme. Formant un equip suficientment potent i entès en cada matèria, es podria presentar a la conselleria de cultura i educació i/o plantejar un projecte de caire més educatiu. Es podria intentar rebre una subvenció per crear el projecte complet.

7 BIBLIOGRAFIA

Brinck, Tom, *Usability for the Web: designing web*, San Francisco, 2002

Ferrater Mora, José, *Diccionario de filosofía*, Barcelona, 1994

Johnson, Michael, *Problem Solved*, Londres, 2012

Marín Alvarez, Raquel, *Manual de Ortotipografía*, Barcelona, 2014

Pipes, Alan, *Diseño de sitios web*, Barcelona, 2011

<http://lascebrassalen.com/filosofando-filosofia-para-ninos/>

<https://introduccionalahistoriajvg.wordpress.com/2012/09/03/%E2%9E%A7-el-concepto-de-arqueologia-en-michel-foucault/>

<http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-9/foucault-marx-y-el-marxismo-un-balance-provisorio>

<http://amorlibre.org/sexo-poder-y-la-politica-de-la-identidad-entrevista-a-michel-foucault>

<http://www.pensament.cat/filoxarxa/filoxarxa/pdf/Michel%20Foucault%20-%20Nietzsche%20genealogia%20historia.pdf>

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53700724>

<http://www.publicseminar.org/2016/06/judith-butler-and-the-many-subjects-of-feminist-theory/>

<http://www.elsalto.com>

<https://www.e-torredabel.com/Historia-de-la-filosofia/Filosofiacontemporanea/Sartre/Sartre-Angustia.htm>

<http://www.culturacolectiva.com>

<http://www.wikipedia.org>

8 AGRAÏMENTS

A la **Laia Clos** i a la **Pilar Górriz**, per tenir molta paciència en el meu procés caòtic i desordenat però confiar que en sortiria alguna cosa bona. A en **Lluïç**, que sense les classes de filosofia no hagués pogut ni començar ni acabar aquest projecte, i amb el que estaria encantada de compartir-lo i fer-lo realitat. A l'**Andreu**, el jefe de la programació i amic de les terres de tramuntana. A en **Miquel**, perquè sempre m'envia memes en els moments que més ho necessito. A l'**Oriol**, que m'ha portat en moto tot el curs, d'altra manera no hagués vingut ni un dia. A l'**Aina**, la **Berta**, en **JM** i l'**Albert**, que s'han menjat amb patates dia si i dia també aquest tfg. A la **Rita**, la **Marta**, la **Noe**, la **Neus**, en **Marc**, en **Joan**... gràcies a tots per soportar el meu any monotemàtic. I a la meva família, per sempre 😊

